



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

## FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

### CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO:

TEMA: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN  
HOSTAL EN LA CASCADA DE PEGUCHE, EN LA CIUDAD DE  
OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA.

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO EN CONTABILIDAD Y  
AUDITORÍA

**Autor:** Andrés Ruiz

**Directora:** M. Sc. Ana Arciniegas

Ibarra, Julio del 2016

## **RESUMEN EJECUTIVO**

La presente investigación tiene como finalidad realizar el Estudio de factibilidad para la creación de un hostel ubicado en la cascada de Peguche, en la ciudad de Otavalo, provincia de Imbabura, en primer lugar se realizó el diagnóstico situacional aplicado al entorno del proyecto, además se determinó la existencia de situaciones favorables, desfavorables y riesgos, aspectos muy importantes que intervienen para la implementación del hostel. A través de la aplicación de instrumentos de investigación en el estudio de mercado, se determinó que existe un amplio mercado potencial y también se confirmó la aceptación de los servicios que se pretenden ofertar. En el estudio técnico se estableció que la comunidad de Faccha Llacta es un sector estratégico para el desarrollo del proyecto, ya que la comunidad posee un gran potencial turístico tanto por su belleza natural y riqueza cultural. Mediante la aplicación de evaluadores financieros en el estudio económico se demuestra la rentabilidad del proyecto, determinando la factibilidad del mismo. Se definió la estructura organizacional y funcional del hostel, además se estableció la misión, visión, valores y principios con los que laborará el establecimiento. Finalmente se realizó la evaluación de los posibles impactos que se pueden generar la implementación del proyecto tanto en el aspecto económico, social, ambiental y cultural.

## **SUMMARY**

This research aims to carry out the feasibility study for building a hostel located in the Peguche waterfall in the city of Otavalo, Imbabura province, first the situational analysis applied to the project environment was carried further it determined the existence of very significant favorable, unfavorable and risk situations aspects involved in the implementation of the hostel. Through the application of research tools in the market study, it was determined that there is a large potential market and acceptance of the services to be bid was also confirmed. The technical study established that Llacta Faccha community is a strategic project development sector because the community has a great tourism potential both for its natural beauty and cultural wealth. By applying financial evaluators in the economic study the profitability of the project is demonstrated by determining the feasibility. Organizational and functional structure of the hostel was defined, plus the mission, vision, values and principles that will labor the settlement was established. Finally, the assessment of potential impacts that can be generated project implementation both in the economic, social, environmental and cultural aspects was performed.

## AUTORÍA

Yo, **SEGUNDO ANDRÉS RUIZ ANRANGO**, portador de la cédula de ciudadanía N° 100405394-6, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN HOSTAL EN LA CASCADA DE PEGUCHE, EN LA CIUDAD DE OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA.”**, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y, se han respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.



Segundo Andrés Ruiz Anrango  
C.C. 100405394-6

## **CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR**

En calidad de Director del Trabajo de Grado, con el tema: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN HOSTAL EN LA CASCADA DE PEGUCHE, EN LA CIUDAD DE OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA.”** presentado por el señor Ruiz Anrango Segundo Andrés, para optar por el título de Ingeniero en Contabilidad y Auditoría, doy fe de que dicho trabajo reúne todos los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a presentación pública y evaluación por parte del Tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los.... días del mes de... de 2016.



---

**M. Sc. Ana Arciniegas**  
**DIRECTORA**



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

### CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, **Segundo Andrés Ruiz Anrango**, con cédula de ciudadanía N° **100405394-6** manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) del trabajo de grado denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN HOSTAL EN LA CASCADA DE PEGUCHE, EN LA CIUDAD DE OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA.”**, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERO EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

(Firma):

Nombre: Segundo Andrés Ruiz Anrango

Cédula: 100405394-6

Ibarra, a los 22 días del mes de Noviembre de 2016



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y**  
**ECONÓMICAS**  
**BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**  
**AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA**  
**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA**

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

<b>DATOS DE CONTACTO</b>			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100405394-6		
APELLIDOS Y NOMBRES:	RUIZ ANRANGO SEGUNDO ANDRÉS		
DIRECCIÓN:	Otavalo–Cdla. Rumiñahui		
EMAIL:	andresruiz_sal@hotmail.com		
TELÉFONO FIJO:	062924012	TELÉFONO MÓVIL:	0969432809
<b>DATOS DE LA OBRA</b>			
TÍTULO:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN HOSTAL EN LA CASCADA DE PEGUCHE, EN LA CIUDAD DE OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA.”		
AUTOR (ES):	Segundo Andrés Ruiz Anrango		
FECHA: AAAAMMDD			
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO			
PROGRAMA:	<input type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO		
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniero en Contabilidad y Auditoría		
ASESOR /DIRECTOR:	M. Sc. Ana Arciniegas		

## 2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Ruiz Anrango Segundo Andrés, con cédula de ciudadanía Nro.100405394-6, en calidad de autor (a) (es) y titular (es) de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

## 3. CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 22 días del mes de Noviembre del 2016

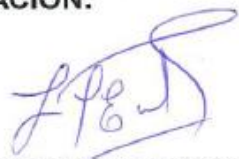
**EL AUTOR:**

(Firma).....

Nombre: Ruiz Anrango Segundo Andrés

C.C.: 100405394-6

**ACEPTACIÓN:**

(Firma).....

Nombre: Ing. Betty Chávez

Cargo: Jefe de Biblioteca

Facultado por resolución de Consejo Universitario \_\_\_\_\_



## **DEDICATORIA.**

Dedico este trabajo de investigación a Dios por la vida, fuerza y constancia que ha sembrado en mí.

A mis padres que con su esfuerzo, sacrificio y sabios consejos me han guiado a lo largo de mi vida y además porque para mí son el más grande ejemplo de superación y dedicación.

A mi hermano y su familia por las palabras de aliento, ya que en los momentos más difíciles me han llenado de valor para siempre seguir adelante.

A mis abuelitos que han velado por mi bienestar y porque siempre me han brindado su amor incondicional.

## **AGRADECIMIENTO**

A mis padres por el apoyo y amor incondicional que me han brindado en cada momento de mi vida y porque siempre han sido mi ejemplo a seguir.

A mi hermano y su familia por su comprensión y cariño.

A todos y cada uno de los profesores por sus enseñanzas y formación profesional, en especial agradezco a la Msc. Ana Arcíniegas por sus aportes académicos, asesoría y profesionalismo.

## **PRESENTACIÓN**

El presente trabajo de grado titulado “Estudio de factibilidad para la creación de un hostel en la cascada de Peguche, en la ciudad de Otavalo, provincia de Imbabura” se desarrolló para demostrar la factibilidad de su implementación. En el presente estudio se analiza el diagnóstico situacional externo, en el cual se identifican los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos, además se realiza un análisis del entorno donde se implementará el proyecto. Los fundamentos teóricos basados en libros respaldan los contenidos de la propuesta. Asimismo se efectuó el estudio de mercado donde se realizó la investigación de campo a través de la aplicación de encuestas a los turistas y oferentes de servicios turísticos similares a los que se plantea en el proyecto, además se analizó los resultados obtenidos acerca de la demanda, oferta y precios de los servicios existentes en el área de estudio. Se determinó la ubicación del proyecto, la distribución y diseño del hostel, como también el proceso técnico y ordenado que utilizará el establecimiento para prestar sus servicios. Igualmente se presenta la evaluación económica del proyecto, mediante la proyección de los ingresos y gastos lo cual permitió elaborar los estados financieros proyectados, para posteriormente efectuar el respectivo análisis financiero. De la misma manera se plantea el modelo organizacional y funcional con el que el hostel funcionará, estableciendo así la misión, visión, principios y valores con los que el establecimiento laborará. Además se analizó los posibles impactos que ocasionará la implementación del hostel, entre ellos se encuentran el impacto económico, social, ambiental y cultural.

## **JUSTIFICACIÓN**

A través del estudio de factibilidad para la creación de un hostel dentro de la comunidad Faccha Llacta se plantea fomentar la inclusión productiva, ambiental social y cultural. Este planteamiento se alcanzará mediante la recuperación, mejoramiento y conservación de los recursos naturales que posee el sector y además de una diversificación en la creación de negocios, lo cual impulsará la comercialización de bienes y servicios turísticos en la cascada de Peguche.

Además la propuesta de creación de este proyecto generará fuentes de empleo a los moradores del lugar y mejorará la economía de las familias que poseen los negocios de artesanías ya que aumentaría el número de visitantes nacionales y extranjeros en el lugar.

La existencia de un hostel en el lugar mejoraría la promoción turística de la cascada de Peguche, debido a que con la implementación del proyecto se realizaría publicidad tanto a nivel nacional como internacional, el propósito de este proyecto es también compartir y dar a conocer a los turistas tanto nacionales como extranjeros las costumbres, festividades y tradiciones del pueblo indígena otavaleño con el fin de potencializar el sector turístico de la comunidad y aprovechar lo atractivos turísticos del mismo.

## **OBJETIVOS**

### **Objetivos General.**

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de un hostel en la cascada de Peguche, en la ciudad de Otavalo, Provincia de Imbabura.

### **Objetivos Específicos.**

1. Elaborar el diagnóstico situacional de la comunidad Faccha Llacta, mediante la identificación de los posibles oponentes, aliados, riesgos y oportunidades, para la implementación de un hostel en el sector de la Cascada de Peguche.
2. Elaborar un marco teórico basado en fuentes bibliográficas y linkográficas que permitan sustentar los conceptos utilizados en el desarrollo del proyecto.
3. Llevar a cabo el estudio de mercado, mediante la identificación y análisis de la oferta, demanda, precio, servicio y plaza, con el fin de determinar la oportunidad de mercado.
4. Efectuar un estudio técnico mediante la utilización de metodologías y herramientas de investigación y proyección financiera, a fin de determinar el tamaño, localización, inversión y recursos necesarios para la ejecución del proyecto.
5. Realizar el estudio económico financiero a través de análisis e indicadores económicos, con el fin de determinar la factibilidad y viabilidad del proyecto.
6. Determinar la estructura organizacional y funcional del proyecto, mediante el establecimiento del marco legal y aspectos referentes a su constitución, a fin de garantizar el buen funcionamiento del hostel.

7. Determinar los posibles impactos que se generarán por la puesta en marcha del proyecto en el ámbito social, ambiental y empresarial, a través de una matriz de impactos con el propósito de mitigar los posibles efectos negativos y potencializar los efectos positivos.

## **METODOLOGÍA**

El presente estudio se realizó a través de una investigación cualitativa, descriptiva y bibliográfica.

Se utilizó la investigación cualitativa, ya que tiene como objetivo la descripción de las cualidades de un fenómeno, por lo cual permite exponer todas las condiciones en las que se encuentra el sitio de influencia para poder llevar a cabo el proyecto que se plantea. Para el estudio de mercado fue necesario aplicar la investigación descriptiva, mediante el cual no solamente se pretende solamente recolectar datos sino también conocer las actitudes, situaciones y costumbres de las personas, para lo cual se utilizó la encuesta, el cual permitió tener una visión de cómo implementar un servicio que satisfaga las necesidades de los turistas. Además para respaldar y sustentar las teorías de los diferentes temas a tratar es preciso utilizar la investigación bibliográfica-documental.

## ÍNDICE

1. Diagnóstico Situacional .....	26
1.1 Antecedentes .....	26
1.2 Objetivo diagnostico .....	27
1.2.1 Objetivo general .....	27
1.2.2 Objetivos específicos .....	28
1.3 Variables e indicadores diagnósticas .....	28
1.6 Desarrollo de variables e indicadores. ....	30
1.6.1 Situación Geográfica.....	30
1.6.2 Demografía .....	31
1.6.3 Socio-Económico .....	34
1.7.4 Situación actual del Mercado.....	37
1.6.5 Aspecto Político.....	40
1.7 Matriz AOOR.....	42
1.8 Cruces estratégicos.....	44
1.8.1 Aliados-Oportunidades .....	44
1.8.2 Aliados-Riesgos. ....	44
1.8.3 Oportunidades-Riesgos .....	44
1.8.4 Oponentes-Riesgo .....	45
1.10 Identificación de la Oportunidad de inversión.....	45
2. MARCO TEÓRICO.....	46
2.1 Objetivo marco teórico. ....	46
2.2 Metodología. ....	46
2.3 Empresa.....	46
2.4 Turismo .....	47
2.4.1 Turismo interno.....	47
2.4.2 Turismo receptor .....	48
2.4.3 Turismo emisor .....	48
2.4.4 Destino turístico .....	49
2.5 Turista .....	49
2.6 Estudio de mercado.....	50

2.6.1 Marketing .....	50
2.6.2 Población.....	51
2.6.3 Muestra .....	51
2.6.4 Mercado .....	52
2.6.5 Segmentación de mercado .....	53
2.6.6 Mercado meta.....	53
2.6.7 Demanda .....	54
2.6.8 Oferta .....	55
2.6.9 Producto .....	56
2.6.10 Precio .....	56
2.6.11 Plaza.....	57
2.6.12 Publicidad .....	57
2.7 Estudio técnico.....	58
2.7.1 Tamaño del proyecto.....	59
2.7.2 Localización del proyecto .....	59
2.8 Estudio financiero .....	61
2.8.1 Contabilidad.....	61
2.8.2 Costos.....	62
2.8.3 Estado de situación financiera .....	63
2.8.4 Estado de flujo de efectivo.....	63
2.8.5 Estado de resultados.....	64
2.8.6 Tasa interna de retorno.....	64
2.8.7 Período de recuperación.....	65
2.8.9 Valor actual neto .....	65
2.8.10 Punto de equilibrio .....	66
2.8.11 Relación costo-beneficio.....	66
2.9 Estructura organizacional.....	67
2.9.1 Administración.....	68
2.9.2 Proceso administrativo .....	68
2.9.3 Planeación .....	68
2.9.4 Organización .....	69



2.9.5 Dirección.....	69
2.9.6 Control .....	69
2.9.7 Organigrama .....	70
2.9.8 Misión .....	71
2.9.9 Visión.....	71
2.10 Impactos .....	71
3. ESTUDIO DE MERCADO .....	73
3.1 Objetivo estudio de mercado .....	73
3.1.1 Objetivo General.....	73
3.1.2 Objetivos Específicos.....	73
3.2 Variables e Indicadores.....	74
3.3 Matriz de variables de estudio de mercado.....	74
3.5 Identificación del producto .....	76
3.5.1 Características .....	76
3.5.2 Ventajas.....	77
3.6 Segmentación del mercado .....	78
3.6.1 Macro segmentación .....	78
3.6.2 Micro segmentación.....	78
3.6.3 Mercado meta.....	78
3.7 Cálculo de la muestra.....	79
3.7.1 Formula .....	79
3.8 Técnicas e instrumentos de información.....	79
3.8.1 Información primaria .....	80
3.8.2 Información secundaria.....	83
3.9 Tabulación y análisis de la encuesta. ....	84
3.10 Demanda .....	103
3.10.1 Demanda histórica .....	103
3.10.2 Proyección de la demanda .....	104
3.11 Tabulación y análisis de la encuesta .....	105
3.12 Oferta actual.....	116
3.12.1 Proyección de la oferta.....	117

3.13 Balance oferta y demanda.....	118
3.14 Precio .....	120
3.14.1 Análisis de precios. ....	120
3.15 Sensibilidad de la investigación.....	121
3.15.1 Precio .....	121
3.15.2 Promoción.....	121
3.15.3 Plaza.....	122
3.15.4 Publicidad .....	122
3.16 Conclusiones del estudio de mercado .....	123
4. ESTUDIO TÉCNICO .....	124
4.1 Objetivo general.....	124
4.1.1 Objetivos específicos .....	124
4.2 Macro localización.....	125
4.2.1 Micro localización .....	125
4.2.2 Factores de localización.....	126
4.3 Ingeniería del proyecto. ....	127
4.3.1 Distribución de la planta. ....	127
4.3.2 Diseño de la planta.....	128
4.4. Tamaño del proyecto.....	130
4.4.1 Disponibilidad de materia prima e insumos.....	130
4.4.2 Disponibilidad de mano de obra. ....	130
4.4.3 Disponibilidad de financiamiento .....	131
4.4.4 Capacidad instalada .....	131
4.5 Diseño de procesos .....	132
4.5.2 Proceso del servicio de Restaurante.....	134
4.5.3 Proceso del servicio de guía Tour.....	135
4.6 Inversiones en activos fijos. ....	136
4.6.1 Terreno .....	136
4.6.2 Infraestructura civil.....	136
4.6.3 Equipos de computación .....	136
4.6.4 Equipo en general .....	137

4.6.5 Muebles y enseres .....	138
4.6.6 Lencería.....	139
4.6.7 Menaje cocina .....	139
4.6.8 Vajilla.....	140
4.6.9 Resumen de activos fijos .....	141
4.7 Costos de producción.....	141
4.7.1 Materia prima directa.....	141
4.7.2 Costo de mano de obra directa.....	143
4.7.3 Costos indirectos de fabricación .....	143
4.8 Gastos de administración .....	145
4.8.1 Remuneraciones del personal administrativo. ....	146
4.8.2 Servicios básicos administrativos .....	146
4.8.3 Útiles de oficina .....	146
4.8.4 Servicios de Contabilidad. ....	147
4.9 Gastos de constitución .....	147
4.10 Gasto de publicidad.....	148
4.11 Capital de trabajo .....	148
4.12 Inversión total .....	149
4.13 Financiamiento.....	149
5. ESTUDIO FINANCIERO .....	151
5.1 Determinación de ingresos proyectados .....	151
5.1.1 Resumen de ingresos.....	154
5.2 Determinación de los Egresos.....	155
5.2.1 Costos de Operación y producción .....	155
5.2.2 Costos generales de fabricación.....	166
5.3 Gastos administrativos .....	174
5.3.1 Sueldo administrativo .....	174
5.3.2 Útiles de Oficina .....	176
5.3.3 Servicios básicos administrativos .....	176
5.3.4 Depreciación de activos administrativos .....	177
5.3.5 Servicios de Contabilidad. ....	179

5.3.6 Resumen de gastos administrativo.....	180
5.4 Gastos Ventas.....	180
5.4.1 Proyección de gastos de publicidad .....	180
5.5 Gastos Financieros .....	182
5.5.1 Resumen de pago de capital.....	182
5.6 Activos diferidos .....	182
5.6.1 Amortización activos diferidos .....	182
5.7 Estado de situación financiera .....	183
5.7.1 Estado de Situación financiera.....	183
5.8 Estado de Resultado .....	184
5.9 Flujo de efectivo .....	185
5.10 Análisis financiero .....	186
5.10.1 Costo de oportunidad .....	186
5.10.2 Tasa de rendimiento mínimo .....	186
5.10.3 VAN.....	187
5.10.4 TIR .....	188
5.10.5 Relación costo beneficio .....	189
5.10.6 Período de recuperación.....	190
5.10.7 Punto de equilibrio .....	192
5.11 Cuadro Resumen .....	194
6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL. ....	199
6.1 Aspecto Estratégico .....	199
6.1.1 Objetivo General.....	199
6.1.2 Nombre o Razón Social .....	199
6.1.3 Logo Tipo.....	200
6.1.4 Eslogan Empresarial .....	200
6.1.5 Filosofía Empresarial. ....	201
6.2 Estructura Organizacional.....	204
6.3 Manual de funciones .....	206
6.4 Base legal .....	213
6.4.1 Requisitos para la obtención del RUC. ....	213

6.4.2 Requisitos para la obtención del permiso de uso de suelo.....	214
6.4.3 Registro único de Turismo.....	214
6.4.4 Requisitos para la obtención de licencia única anual funcionamiento (LUAF) .....	215
6.4.5 Requisitos para la obtención de la patente municipal por primera vez.....	215
7. IMPACTOS .....	218
7.1 Impacto económico.....	219
7.2 Impacto Social. ....	220
7.3 Impacto ambiental.....	221
7.4 Impacto Cultural .....	223
7.5 Impacto General.....	224
Conclusiones.....	226
Recomendaciones. ....	227
Bibliografía .....	229
ANEXOS .....	231

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 Variables e indicadores diagnósticos.....	28
Tabla N° 2 Matriz de situación diagnóstica .....	29
Tabla N° 3 Población total por género .....	33
Tabla N° 4 Capacidad instalada de establecimientos de alojamiento .....	38
Tabla N° 5 Precios de alojamiento del hostel Aya Huma. ....	39
Tabla N° 6 Precios de alojamiento hotel Casa Sol.....	39
Tabla N° 7 Matriz AOOR .....	43
Tabla N° 8 Variables e Indicadores.....	74
Tabla N° 9 Matriz de variables de estudio de mercado.....	75
Tabla N°10 Variables de macro segmentación .....	78
Tabla N° 11 Variables de micro segmentación.....	78
Tabla N° 12 Motivo de visita .....	84
Tabla N° 13 Acompañamiento.....	85
Tabla N° 14 Frecuencia de visitas.....	86
Tabla N° 15 Compañía de viaje .....	87
Tabla N° 16 Pernoctación en Otavalo .....	88
Tabla N° 17 Tiempo de estadía .....	89
Tabla N° 18 Lugar de frecuencia .....	90
Tabla N° 19 Lugar de frecuencia .....	91

Tabla N° 20 Preferencia de hospedaje .....	92
Tabla N° 21 Medio de contratación de alojamiento.....	93
Tabla N° 22 Servicios adicionales .....	94
Tabla N° 23 Aceptabilidad de ubicación.....	95
Tabla N° 24 Preferencia de servicios .....	96
Tabla N° 25 Decisión de alojamiento .....	97
Tabla N° 26 Preferencia de infraestructura .....	98
Tabla N° 27 Gasto promedio de alojamiento .....	99
Tabla N° 28 Gasto promedio en alimentación .....	100
Tabla N° 29 Servicio guía turística .....	101
Tabla N° 30 Formas de pago.....	102
Tabla N° 31 Flujo de la demanda histórica .....	103
Tabla N° 32 Proyección de la demanda para el servicio de alojamiento .....	104
Tabla N° 33 Proyección de la demanda para el servicio de restaurante .....	105
Tabla N° 34 Proyección de la demanda potencial total .....	105
Tabla N° 35 Tiempo en la actividad turística.....	108
Tabla N° 36 Servicios que ofrece.....	109
Tabla N° 37 Procedencia de turistas .....	110
Tabla N° 38 Medios publicitarios utilizados.....	111
Tabla N° 39 Demanda actual de turistas .....	112
Tabla N° 40 Capacidad instalada .....	113
Tabla N° 41 Convenios con agencias de viaje .....	114
Tabla N° 42 Paquetes promocionales.....	115
Tabla N° 43 Oferta histórica de establecimientos de hospedaje .....	116
Tabla N° 44 Variación de la oferta de establecimientos de hospedaje .....	116
Tabla N° 45 Proyección de la oferta .....	117
Tabla N° 46 Proyección de la oferta de servicio de alimentación .....	118
Tabla N° 47 Balance oferta y demanda servicio de alojamiento .....	119
Tabla N° 48 Balance oferta y demanda servicio de alimentación.....	119
Tabla N° 49 Análisis de precios.....	120
Tabla N° 50 Proyección de precios .....	121
Tabla N° 51 Distribución de la planta.....	128
Tabla N° 52 Proveedores.....	130
Tabla N° 53 Capacidad instalada .....	132
Tabla N° 54 Diseño de procesos .....	132
Tabla N° 55 Terreno.....	136
Tabla N° 56 Infraestructura civil.....	136
Tabla N° 57 Equipos de computación.....	137
Tabla N° 58 Equipo en general .....	137
Tabla N° 59 Muebles y Enseres .....	138

Tabla N° 60 Lencería .....	139
Tabla N° 61 Menaje cocina .....	140
Tabla N° 62 Vajilla .....	140
Tabla N° 63 Resumen de activos fijos .....	141
Tabla N° 64 Materia prima directa.....	142
Tabla N° 65 Costo de mano de obra directa.....	143
Tabla N° 66 Materiales indirectos de fabricación .....	143
Tabla N° 67 Servicios básicos área operacional .....	144
Tabla N° 68 Combustible.....	144
Tabla N° 69 Depreciación .....	144
Tabla N° 70 Útiles de aseo.....	145
Tabla N° 71 Mano de obra indirecta .....	145
Tabla N° 72 Remuneraciones del personal administrativo .....	146
Tabla N° 73 Servicios básicos administrativo.....	146
Tabla N° 74 Útiles de oficina.....	146
Tabla N° 75 Servicios de contabilidad.....	147
Tabla N° 76 Gastos de constitución .....	147
Tabla N° 77 Gasto de publicidad .....	148
Tabla N° 78 Capital de trabajo .....	148
Tabla N° 79 Inversión total .....	149
Tabla N° 80 Financiamiento .....	150
Tabla N° 81 Proyección de ingresos .....	152
Tabla N° 82 Resumen de ingresos .....	154
Tabla N° 83 Costo unitario servicio de alojamiento .....	155
Tabla N° 84 Costo unitario Fritada .....	156
Tabla N° 85 Costo unitario Seco de borrego .....	156
Tabla N° 86 Costo unitario Cuy.....	157
Tabla N° 87 Costo unitario Carnes coloradas .....	157
Tabla N° 88 Costo unitario Corvina apanada .....	158
Tabla N° 89 Costo unitario Desayuno .....	158
Tabla N° 90 Costo unitario Ceviche de camarón.....	158
Tabla N° 91 Costo unitario Churrasco .....	159
Tabla N° 92 Costo unitario Pollo a la plancha.....	159
Tabla N° 93 Costo unitario Menú del día .....	160
Tabla N° 94 Proyección de materia prima .....	161
Tabla N° 95 Resumen de materia prima .....	163
Tabla N° 96 Proyección de Mano de obra directa .....	165
Tabla N° 97 Materiales indirectos.....	166
Tabla N° 98 Mano de obra indirecta .....	167
Tabla N° 99 Proyección de consumo de gas .....	167

Tabla N° 100 Proyección de servicios básicos.....	168
Tabla N° 101 Útiles de aseo.....	168
Tabla N° 102 Activos no depreciables.....	169
Tabla N° 103 Reposición de menaje.....	169
Tabla N° 104 Activos operativos.....	170
Tabla N° 105 Depreciación infraestructura.....	170
Tabla N° 106 Depreciación muebles y enseres operativos.....	171
Tabla N° 107 Depreciación equipos en general operativo.....	172
Tabla N° 108 Resumen de depreciación.....	172
Tabla N° 109 Resumen de costos indirectos de fabricación.....	173
Tabla N° 110 Resumen de costos de producción.....	173
Tabla N° 111 Proyección sueldos administrativos.....	175
Tabla N° 112 Proyección de útiles de oficina.....	176
Tabla N° 113 Proyección de servicios básicos administrativos.....	176
Tabla N° 114 Activos administrativos.....	177
Tabla N° 115 Depreciación equipo de computación.....	178
Tabla N° 116 Depreciación equipos en general administrativo.....	178
Tabla N° 117 Depreciación muebles y enseres administrativos.....	179
Tabla N° 118 Resumen de depreciación activos administrativos.....	179
Tabla N° 119 Servicios de contabilidad.....	180
Tabla N° 120 Resumen de gastos administrativo.....	180
Tabla N° 121 Proyección de gasto de publicidad.....	181
Tabla N° 122 Resumen de pago de capital.....	182
Tabla N° 123 Amortización activos diferidos.....	182
Tabla N° 124 Estado de Situación Financiera.....	183
Tabla N° 125 Estado de Resultados.....	184
Tabla N° 126 Flujo de efectivo.....	185
Tabla N° 127 Costo de oportunidad.....	186
Tabla N° 128 VAN.....	187
Tabla N° 129 TIR.....	188
Tabla N° 130 Relación Costo-Beneficio.....	189
Tabla N° 131 Período de recuperación valor corriente.....	191
Tabla N° 132 Período de recuperación valor real.....	191
Tabla N° 133 Punto de equilibrio en valores monetarios.....	192
Tabla N° 134 Punto de equilibrio servicio de alojamiento.....	193
Tabla N° 135 Punto de equilibrio servicio de alojamiento.....	193
Tabla N° 136 Cuadro resumen.....	194
Tabla N° 137 Sensibilidad del proyecto.....	195
Tabla N° 138 Deforestación y quema del bosque protector de la cascada de Peguche.....	195
Tabla N° 139 En la comunidad no existe suficiente formación académica.....	196



Tabla N° 140 Incremento de la competencia en el sector .....	197
Tabla N° 141 Manual de funciones gerente .....	206
Tabla N° 142 Manual de funciones recepcionista.....	207
Tabla N° 143 Manual de funciones mucama .....	208
Tabla N° 144 Manual de funciones jefe de cocina.....	209
Tabla N° 145 Manual de funciones ayudante de cocina .....	210
Tabla N° 146 Manual de funciones mesero .....	211
Tabla N° 147 Manual de funciones guía turístico.....	212
Tabla N° 148 Impactos.....	218
Tabla 149 Matriz de impacto económico.....	219
Tabla N° 150 Matriz de impacto social.....	220
Tabla N° 151 Matriz de impacto ambiental .....	222
Tabla N° 152 Matriz de impacto cultural.....	223
Tabla 153 Impacto general.....	224

### **Índice de Gráficos**

Gráfico N° 1 Ubicación parroquia Miguel Egas Cabezas .....	30
Gráfico N° 2 Proyeccion de la poblacion al año 2020.....	32
Gráfico N° 3 Concentración de la actividad manufacturera .....	34
Gráfico N° 4 Nivel de educación .....	36
Gráfico N° 5 Turismo.....	48
Gráfico N° 6 Muestra.....	51
Gráfico N° 7 Segmentación.....	53
Gráfico N° 8 Fuerzas del mercado.....	54
Gráfico N° 9 Marketing Mix.....	57
Gráfico N° 10 Localización del proyecto.....	59
Gráfico N° 11 Clasificación del costo.....	61
Gráfico N° 12 Valor actual neto.....	64
Gráfico N° 13 Relación Costo-Beneficio.....	65
Gráfico N° 14 Proceso Administrativo.....	68
Gráfico N° 15 Motivo de visita.....	84
Gráfico N° 16 Acompañamiento .....	85
Gráfico N° 17 Frecuencia de visitas .....	86
Gráfico N° 18 Compañía de viaje .....	87
Gráfico N° 19 Pernocta en Otavalo .....	88
Gráfico N° 20 Tiempo de estadia .....	89
Gráfico N° 21 Lugar de frecuencia.....	90
Gráfico N° 22 Medios de comunicación.....	91
Gráfico N° 23 Preferencia de hospedaje .....	92

Gráfico N° 24 Medio de contratacion de alojamiento .....	93
Gráfico N° 25 Servcios adicionales .....	94
Gráfico N° 26 Aceptabilidad de ubicación .....	95
Gráfico N° 27 Preferencia de servicios.....	96
Gráfico N° 28 Decisión de alojamiento .....	97
Gráfico N° 29 Preferencia de infraestructura.....	98
Gráfico N° 30 Gasto promedio de alojamiento.....	99
Gráfico N° 31 Gasto promedio en alimentación.....	100
Gráfico N° 32 Servicio guía turística.....	101
Gráfico N° 33 Formas de pago .....	102
Gráfico N° 34 Tiempo en la actividad turística .....	108
Gráfico N° 35 Servicios que ofrece .....	109
Gráfico N° 36 Procedencia de turistas .....	110
Gráfico N° 37 Medios publicitarios utilizados .....	111
Gráfico N° 38 Demanda actual de turistas.....	112
Gráfico N° 39 Capacidad instalada.....	113
Gráfico N° 40 Convenios con agencias de viaje.....	114
Gráfico N° 41 Paquetes promocionales .....	115
Gráfico N° 42 Mapa del cantón otavalo .....	125
Gráfico N° 43 Mapa micro localización .....	126
Gráfico N° 44 Diseño de la planta 3d .....	129
Gráfico N° 45 Diseño de la planta 2d .....	129
Gráfico N° 46 Proceso del servicio de alojamiento.....	131
Gráfico N° 47 Proceso del servicio de restaurante.....	132
Gráfico N° 48 Proceso del servicio de guía tour .....	133
Gráfico N° 49 Logo tipo .....	200
Gráfico N° 50 Filosofía empresarial.....	201
Gráfico N° 51 Estructura organizacional.....	205
Gráfico N° 52 Base legal.....	213

## **CAPÍTULO I**

### **1. Diagnóstico Situacional**

#### **1.1 Antecedentes**

La industria turística y hotelera a nivel mundial ha ido experimentando un continuo crecimiento y una profunda diversificación en el transcurso de los años, los servicios de alojamiento y alimentación se han convertido en puntos claves para el desarrollo de dicha industria, según (OMT, 2016) el mercado hotelero latinoamericano crece seis veces más rápido que el europeo, debido a que los países de esta región han convertido a la actividad turística como una de sus principales fuentes de ingresos.

El Ecuador ha sido reconocido por varios medios internacionales como mejor destino verde del mundo y como primer país para descubrir en toda América según (Ministerio Produccion, 2013), por lo que ha generado que los servicios de alojamiento incrementen debido al mayor movimiento turístico en el país, además según (MINTUR, Ministerio de turismo, 2015) Otavalo se encuentra ubicado dentro de los lugares más visitados por motivos turísticos a nivel nacional.

Otavalo es uno de los 7 cantones pertenecientes a la provincia de Imbabura, la cual se encuentra ubicada en la zona norte del país, el cantón Otavalo cuenta con una superficie de 500 kilómetros cuadrados, se encuentra conformado por once parroquias, posee una población aproximada de 104874 habitantes según (INEC, 2010),

En el cantón Otavalo la mayor parte de su población se dedica a la producción y comercialización artesanal e industrial de diferentes productos como instrumentos musicales, textiles, sombreros, entre otros, este tipo de actividad representa la principal fuente de ingresos

para los habitantes, pero en el cantón también se llevan a cabo otras actividades económicas tales como el comercio de alimentos, el turismo, la agricultura y ganadería.

Miguel Egas Cabezas es una de las parroquias más reconocidas en el cantón Otavalo, debido a que en esta se encuentra ubicada una comunidad indígena muy reconocida a nivel nacional e internacional como lo es el pueblo de Peguche ya sea por sus costumbres y festividades culturales, además en esta parroquia se encuentra la comunidad de Faccha Llacta que cuenta con uno de los atractivos turísticos más visitados a nivel provincial y cantonal como lo es la Cascada de Peguche, debido a que posee una belleza natural y una incomparable esencia cultural, ya que en el lugar se llevan a cabo importantes rituales y festividades tradicionales para la cultura indígena del sector tales como las fiestas del Pawkar Raymi o fiesta del florecimiento, el Killa Raymi y el Inti Raymi o fiesta del solsticio de verano.

La parroquia también posee otros atractivos turísticos tales como kaudukRumy, HiltunRumy, museo arqueológico de Agato, los lecheros de Wakchakaray y los telares artesanales en las comunidades, convirtiendo así a la parroquia uno de los lugares más visitados por turistas nacionales y extranjeros.

## **1.2 Objetivo diagnostico**

### **1.2.1 Objetivo general**

Elaborar el diagnóstico situacional de la comunidad Cascada de Peguche, mediante la identificación de los posibles oponentes, aliados, riesgos y oportunidades, para la implementación de un hostel en el sector de la Cascada de Peguche.

### 1.2.2 Objetivos específicos

- Analizar el espacio geográfico del sector y los recursos naturales que posee la comunidad.
- Determinar los aspectos demográficos de la comunidad Faccha Llacta.
- Estudiar las principales actividades socioeconómicas que se llevan a cabo en el sector a investigar.
- Analizar el desarrollo turístico de comunidad Faccha Llacta.
- Identificar los aspectos políticos que regulan las actividades del proyecto.

### 1.3 Variables e indicadores diagnósticos

Tabla N° 1 Variables e indicadores diagnósticos

Variable	Indicadores
Situación Geográfica	Superficie Clima Ubicación Limites
Situación Demográfica	Población Estadísticas Población según genero Población económicamente activa
Situación Económica	Actividades económicas Nivel de educación Ingreso promedio Salud Vías de acceso
Situación Actual del mercado	Oferta Demanda Precio Características del servicio
Aspectos Políticos	Organización política del cantón Otavalo Políticas estratégicas Reformas al sector turístico

Elaborado por: El autor

Tabla N° 2 Matriz de situación diagnóstica

<b>Objetivos</b>	<b>Variables</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Fuentes de información</b>	<b>Técnicas</b>	<b>Informante</b>
Analizar el espacio geográfico del sector y los recursos naturales que posee la comunidad.	Geográfica	Superficie Clima Ubicación Límites	SECUNDARIA	DOCUMENTAL	BOLETINES INEC PLAN DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL OTAVALO PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DE LA PARROQUIA DOCTOR MIGUEL EGAS CABEZAS
Determinar los aspectos demográficos de la comunidad Faccha Llacta.	Demográfica	Población Estadísticas Población según género PEA	SECUNDARIA	DOCUMENTAL	BOLETINES INEC PLAN DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL OTAVALO PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DE LA PARROQUIA DOCTOR MIGUEL EGAS CABEZAS
Identificar las principales actividades económicas que se llevan a cabo en el sector a investigar.	Económica	Actividades económicas Educación Salud Vías de acceso	SECUNDARIA	DOCUMENTAL	BOLETINES INEC PLAN DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL OTAVALO PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DE LA PARROQUIA DOCTOR MIGUEL EGAS CABEZAS
Analizar el desarrollo turístico de comunidad Faccha Llacta	Situación del Mercado	Oferta Precio Características del servicio Demanda	SECUNDARIA	DOCUMENTAL	BOLETINES INEC PLAN DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL OTAVALO PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DE LA PARROQUIA DOCTOR MIGUEL EGAS CABEZAS
Identificar los aspectos políticos que regulan las actividades del proyecto.	Político	Organización política del canto Otavalo Políticas estratégicas Reformas	SECUNDARIA	DOCUMENTAL	PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR REGISTROS OFICIALES

Elaborado por: El autor

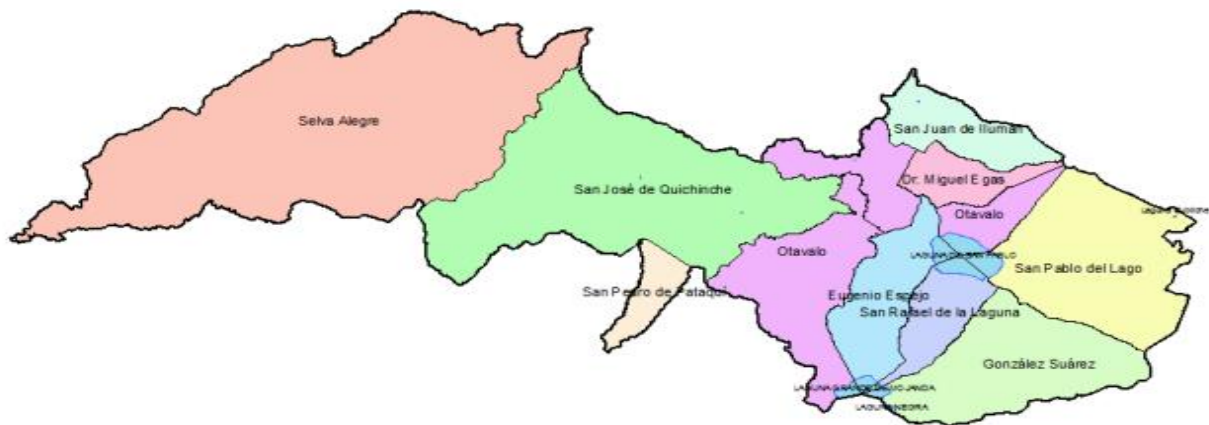
## 1.6 Desarrollo de variables e indicadores.

### 1.6.1 Situación Geográfica

#### Ubicación.

La comunidad de Faccha Llacta cuenta con una superficie de 47 hectáreas en el que se encuentra localizado el bosque protector Cascada de Peguche, la comunidad se encuentra ubicada a los pies del volcán Imbabura a una altura de 1821 metros sobre el nivel del mar, al noroeste de la ciudad de Otavalo a 3.3 kilómetros de la misma y a 1.5 kilómetros de la comunidad de Peguche. Faccha Llacta es una de las 7 comunidades indígenas pertenecientes a la parroquia Dr. Miguel Egas Cabezas, el cual posee una superficie de 14 km<sup>2</sup>. (GAD Otavalo, 2015)

Gráfico N° 1 Ubicación parroquia Miguel Egas Cabezas



Fuente: Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón Otavalo 2015

Elaborado por: El autor

## **Clima**

La comunidad Faccha Llacta posee una temperatura que varía entre los 12° y 18°C, esto se debe a que se encuentra ubicado en el bosque húmedo montano bajo, siendo este un lugar templado y ligeramente cálido durante el día, convirtiéndose en un lugar muy agradable para los turistas, las precipitaciones anuales bordean los 500 y 1000 mm, debido a este factor la temperatura del lugar es más baja en la temporada de invierno, en la cual se da la mayor presencia de lluvias, llegando a una temperatura promedio de 8°C.

## **Limites.**

Los límites de la comunidad son:

- **Norte:** Limita con el barrio Chimba loma y Yacu Pata barrios pertenecientes a la comunidad de Agato.
- **Sur:** Con la ciudadela Plan Venezuela, el cual pertenece a la ciudad de Otavalo
- **Este:** con la montaña llamada Pucara Loma
- **Oeste:** con los barrios Obraje e Imbaqui pertenecientes a la comunidad de Peguche.

## **1.6.2 Demografía**

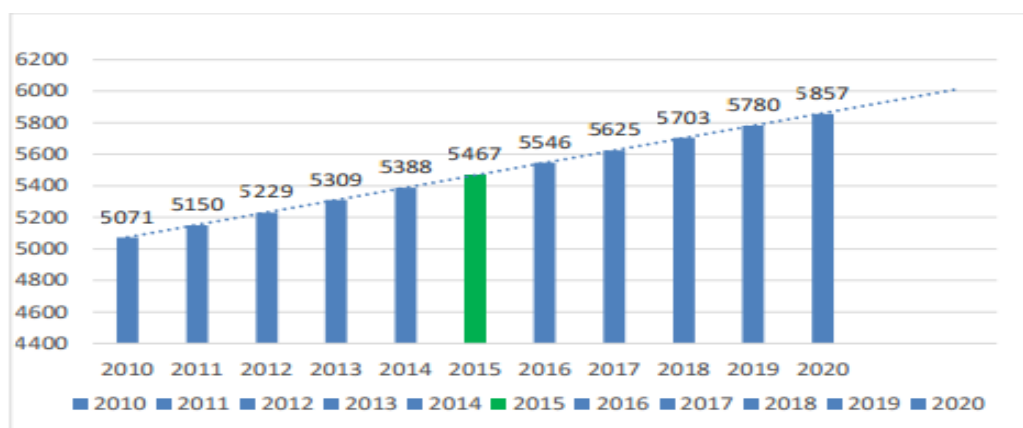
### **Población.**

La parroquia de Dr. Miguel Egas Cabezas se encuentra conformada por 4883 habitantes (INEC2010), el centro parroquial Peguche es la comunidad más poblada dentro de la parroquia, ya que posee 874 familias, en cuanto a la comunidad que menor número de habitantes posee dentro de la parroquia es la de Faccha Llacta con 68 familias, debido a que cuenta con una población indígena aproximada de 150 personas.



La proyección de población según el INEC con respecto del año 2010 al año 2015 se determina un incremento de 396 habitantes, a partir del año 2015 al 2020 se evidenciara un crecimiento poblacional de 390 habitantes, dando de tal manera un aumento poblacional total de 786 habitantes hasta el año 2020, lo cual representa el 1.43% de crecimiento.

Gráfico N° 2 Proyección de la población al año 2020



Fuente: INEC 2010

Elaborado por: El autor

### **Población según Género.**

Según los datos del INEC del total de habitantes de la parroquia Dr. Miguel Egas Cabezas, 2344 habitantes son hombres y 2539 son mujeres, siendo así la población femenina la de mayor número en la parroquia, ya que el porcentaje de habitantes según género representa un 52% de mujeres y 48% de hombres. Aunque el género femenino sea mayor al masculino en la parroquia la inequidad de género se hace presente en distintos aspectos de la vida para las mujeres pertenecientes al sector.

Tabla N° 3 Población total por género

Sexo	Número de personas	Porcentaje
Hombre	2344	48%
Mujer	2539	52%
Total	4883	100%

Fuente: Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón Otavalo 2015

Elaborado por: El autor

### **Población Económicamente Activa (PEA)**

La población económicamente activa constituye el 43.3% de la población total de la parroquia y la cual está conformada por las personas que han trabajado al menos una hora o personas que buscaban empleo y se encontraban disponibles para trabajar, por tanto la población económicamente activa de la parroquia está conformado por 2114 habitantes de los cuales el 96.3% se encuentran dentro de la población ocupada y el resto se encuentra en desocupación, considerando población ocupada a las personas que trabajan al menos una hora o realizan actividades dentro del hogar por un ingreso económico, de la población económicamente activa el 56.5% son hombres y solamente el 43.5% son mujeres.

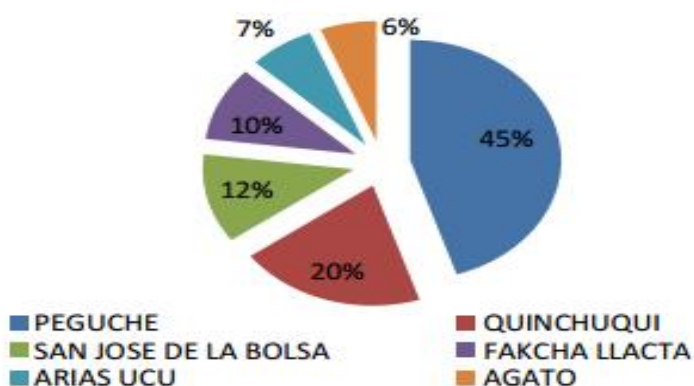
El número de habitantes que se encuentran en desocupación en relación a la población económicamente activa es de 79 personas, lo cual representa un 3.74% de personas que están sin empleo, o buscando trabajo y se encuentran disponibles para trabajar.

### 1.6.3 Socio-Económico

#### Actividades Económicas.

La principal actividad económica que se desarrolla en la parroquia es la del comercio al por mayor y menor, ya que la gran parte de sus habitantes se dedica a la manufactura de ponchos, hamacas, chales, sacos de lana, bolsos, alpargates, guantes, gorros, fajas y camisas en tela hindú, y esta actividad es desempeñada de manera familiar, la comunidad de Faccha Llacta concentra el 10% de la producción artesanal, como se presenta en el grafico siguiente:

Gráfico N° 3 Concentración de la actividad manufacturera



Fuente: Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón Otavalo 2015

Elaborador por: El autor

La manufactura no es la única actividad económica que se desarrolla en el sector, la ganadería y agricultura también forman parte de la actividad económica de los habitantes tanto a nivel parroquial como comunal, en cuanto a agricultura los habitantes en gran parte se dedican al cultivo del maíz, frejol, quinua y chochos.

La actividad turística también se ha convertido en una actividad económica muy importante para el sector, de tal manera que se ofrecen servicios de alojamiento a través de hosterías y asociaciones de turismo comunitario con el fin de aprovechar los atractivos turísticos del lugar.

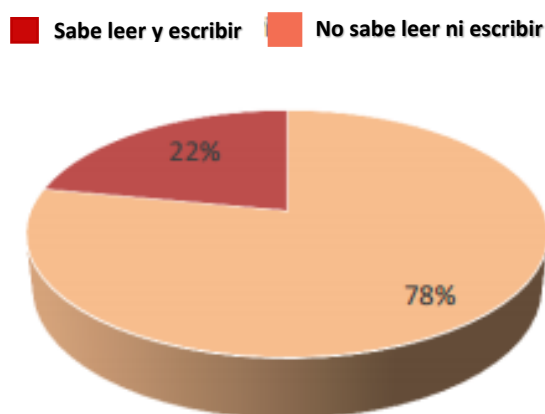
## **Educación.**

Se ha identificado que el nivel de educación en el sector ha ido mejorando debido al aumento de infraestructura escolar, la parroquia cuenta con instituciones educativas las cuales se encuentran unificadas según la nueva organización educativa, contando así la parroquia con 3 unidades educativas, la unidad educativa Cascada de Peguche se encuentra ubicada en la comunidad Faccha Llacta la cual cuenta con 275 estudiantes y 16 docentes.

En cuanto a la tasa de asistencia de educación las personas que se encuentran comprendidas entre las edades de 18 a 24 años, la tasa de este grupo de edad es muy baja en relación a los grupos de edad de 5 a 14 años y 15 a 17 años, ya que las personas que se encuentra entre las edades de 18 a 24 años prefieren dedicarse a diferentes actividades económicas dejando de lado la educación. En cuanto a deserción escolar se refiere en la parroquia, la tasa de deserción escolar es del 0.84%, es decir de 1903 estudiantes 16 desertan de sus estudios, considerando desertores a los estudiantes que abandonan el sistema escolar antes de culminar los estudios del año respectivo.

El índice de analfabetismo de la parroquia es del 22.22% según datos del INEC, se da en mayor número en las mujeres que en los hombres debido a la desigualdad de género que sufren las mismas.

Gráfico N° 4 Nivel de educación



Fuente: Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón Otavalo 2015  
Elaborado por: El autor

### **Salud.**

La comunidad de Faccha Llacta no cuenta con un centro de salud, pero la parroquia cuenta con dos sub centros de salud ubicados en Peguche y Agato, el más cercano a la cascada de Peguche es el sub centro de Peguche a tan solo 2 kilómetros de la comunidad. Estos dos sub centros brindan atención a todas las comunidades del sector. Según la información de análisis de situación integral de salud las principales enfermedades que se presentan en los habitantes de la parroquia son: infecciones respiratorias, enfermedades ginecológicas, parasitosis y diarrea agudas. En la comunidad también se impulsa el rescate de la medicina ancestral a través de los programas de salud en los cuales se promueve la participación de los actores de medicina tradicional como lo son los yerbateros y parteras calificadas.

### **Vías de acceso.**

La comunidad de Faccha Llacta cuenta con tres vías de acceso a la comunidad, desde la panamericana norte el ingreso a la comunidad se lo puede hacer por el entrada a la comunidad de

Peguche en donde sus vías hacia la Cascada de Peguche es totalmente adoquinada y se encuentran en perfecto estado, en cuanto por el sur las personas pueden ingresar por la ciudad de Otavalo por la ciudadela Rumiñahui donde la vía hacia la cascada posee un trayecto adoquinado y empedrado. Existe también una vía de segundo orden desde San Pablo del lago en el cual la vía es totalmente empedrada.

En cuanto a la parroquia cuenta con una longitud de vías de 39.43 kilómetros, de este total de vías el 75.9% son vías lastradas y suelo natural, 15.5% es empedrado, el 6% se encuentra adoquinado y el 2.4% esta asfaltado.

#### 1.7.4 Situación actual del Mercado.

##### **Oferta.**

El número de establecimientos que ofrecen servicios de hospedaje en el cantón Otavalo han ido incrementando en la última década, según el plan de desarrollo turístico de la ciudad de Otavalo, en el año 2005 el sistema de alojamiento se encontraba compuesto por 58 establecimientos, al año 2015 esta cifra aumentando a 78 establecimientos que brindan servicios de alojamiento con una capacidad para 1685 plazas.

En el transcurso del período 2005 al 2015 se puede evidenciar que algunos tipos de establecimientos que ofrecen los servicios de hospedaje han obtenido un leve crecimiento tal es el caso de las hosterías y cabañas, pero además se puede observar que los establecimientos tipo albergues han desaparecido en el transcurso de esa década. A continuación se detalla la cantidad de habitaciones por tipo de alojamiento

Tabla N° 4 Capacidad instalada de establecimientos de alojamiento

<b>Tipo</b>	<b>Año 2005</b>	<b>Habitaciones</b>	<b>Plazas</b>	<b>Año 2015</b>	<b>Habitaciones</b>	<b>Plazas</b>
Albergues	1	6	18	0	0	0
Cabañas	2	25	52	4	41	90
Hostales	16	200	280	16	276	340
Hostales Residenciales	21	285	260	30	459	430
Hoteles	5	110	218	5	168	325
Pensiones	3	27	60	6	54	125
Hosterías	10	170	278	12	210	375
<b>Total</b>	<b>58</b>	<b>935</b>	<b>1085</b>	<b>78</b>	<b>1267</b>	<b>1685</b>

Fuente: Plan de desarrollo turístico sostenible del cantón Otavalo 2015

Elaborado por: El autor

En la parroquia Dr. Miguel Egas Cabezas también se brindan servicios de hospedaje a través de las asociaciones comunitarias como PegucheKawsay, Inca Tambo, Pakarinca, JataryWarmykuna, además existen dos establecimientos cercanos a la comunidad Faccha Llacta que brindan los servicios de alojamiento como lo son el hostel Aya Huma y el hotel Casa Sol, los cuales cuentan con una capacidad de 22 y 10 habitaciones respectivamente.

### **Precio.**

El precio por el servicio de alojamiento depende de las características del establecimiento, del tipo de habitación y servicio. Los competidores relativamente más directos debido a su cercanía a la Cascada de Peguche establecen los siguientes precios. En el caso del hostel Aya Huma se puede observar la siguiente lista de precios en cuanto a servicio de alojamiento se refiere.

Tabla N° 5 Precios de alojamiento del hostel Aya Huma.

<b>Precios por habitación por día</b>	
<b>De 2pm hasta 12 p.m.</b>	
Habitación de 1 persona	US\$ 22
Habitación de 2 personas (doble o matrimonial)	US\$ 35
Habitación de 3 personas	US\$ 46
Habitación de 4 personas	US\$ 57
Dormitorio con baño compartido p.p.	US\$ 7

Fuente: Hostel Aya Huma

Elaborado por: El autor

En cuanto al hotel Casa Sol los precios que determina para sus servicios de alojamiento son los siguientes:

Tabla N° 6 Precios de alojamiento hotel Casa Sol

<b>Tipo de Habitación</b>	<b>Costo</b>
Soltero	49 USD
Doble (twin o cama matrimonial)	59 USD
Triple	79 USD
Cuadruplicar	99 USD
Suite Doble (twin o QUEEN SIZE)	79 USD
Suite Single	59 USD
Chalet	139 USD

Fuente: Hotel Casa Sol

Elaborado por: El autor

### **Características del servicio.**

Los establecimientos de alojamiento en la ciudad de Otavalo según el plan de desarrollo turístico se los ha clasificado de la siguiente forma, que 1% de los establecimientos son de lujo, aquellos que ofrecen vestíbulos, habitaciones lujosas y exquisitos menús ofreciendo así un alto nivel de



comodidad y cumpliendo las exigencias del cliente, el 21% es de primera, los cuales poseen grandes recepciones y un excelente servicio de restaurant, el 34% de establecimientos es de segunda, los cuales son de un costos medio y cuentan con amplios espacios en cada una de las habitaciones y con servicio de comidas en modo de bares, y el 44% de establecimientos son considerados de tercera, ya que son establecimientos de mediana categoría, dentro de la ciudad no existen establecimientos de alojamiento de cuarta categoría.

### **Demanda.**

La ciudad de Otavalo es considera un atractivo turístico. Otavalo es calificado como un producto A en el plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para el Ecuador (PLANDETUR), dentro de este plan se estima que Otavalo recibe en promedio a 250000 visitantes al año, determinado que el 67% de los visitantes son turistas extranjeros y el 33% turistas nacionales, el 49% de los turistas que llegan a Otavalo se quedan hospedados, siendo los fines de semana los de mayor afluencia al menos una noche, pero existe un crecimiento en el segmento de los turistas extranjeros que prolongan su estadía en Otavalo.

### **1.6.5 Aspecto Político.**

#### **Organización política del cantón Otavalo**

El gobierno autónomo descentralizado del cantón Otavalo es gestionado por el consejo municipal, el cual se encuentra conformado por el alcalde Gustavo Pareja Cisneros, la vicealcaldesa Ercilia Castañeda, quien es la segunda mujer indígena otavaleña en asumir dicho cargo, y los concejales Rubén Buitrón, Carlos Cevallos, Lourdes Alta Lima, Aníbal Bonilla, Héctor Sánchez, Marco Torres, José Quimbo y Magdalena de la Torre, estos dos últimos

concejales también son pertenecientes al pueblo kichwa Otavalo, demostrando así el fortalecimiento de la interculturalidad en el cantón.

En el cantón Otavalo se llevan a cabo varios planes que fomentan el desarrollo turístico y rescate de las tradiciones culturales del lugar, tales como el plan de desarrollo del turismo y la creación de la marca turística de Otavalo, los cuales tienen como finalidad posicionar al cantón dentro del mercado turístico.

En cuanto al aspecto cultural del cantón, se plantean varios programas que impulsan el rescate del idioma Kichwa, y la enseñanza de dicho idioma dentro de las unidades educativas, además se promueve el fortalecimiento de las diferentes festividades culturales tales como el Inty Raymi, Kapak Raymi, Pawkar Raymi, Sisay Pacha y Killa Raymi, los cuales son promocionados a través del portal web [www.otavalo.travel](http://www.otavalo.travel), con el propósito de dar a conocer y mantener las festividades ancestrales dentro del pueblo indígena.

### **Políticas estratégicas.**

El gobierno nacional plantea en su plan nacional del buen vivir al turismo como uno de los sectores prioritarios, estableciendo el desarrollo del turismo en todo el territorio nacional considerando las características paisajistas y culturales de cada región, aprovechando al máximo estas características e impulsando así la transformación de la matriz productiva, ya que mediante este sector se busca atraer la inversión nacional y extranjera.

Además se crea un sistema nacional de turismo el cual promoverá y facilitará el desarrollo del turismo a través de la coordinación de los diferentes sectores involucrados tales como el sector público, privado y de economía popular y solidaria

Además dentro del plan nacional del buen vivir se establece como una estrategia para el cambio de la matriz productiva, la promoción del Ecuador a nivel internacional como una potencia turística, es por tal razón que el gobierno nacional ha realizado grandes campañas publicitarias en diversos países extranjeros con el lema All you need is Ecuador, a fin de promocionar al Ecuador como un paraje turístico, por tal motivo en la zona 1 del país con el fin de aprovechar al máximo sus potenciales naturales y culturales también se plantea el fomento y desarrollo de ecoturismo, turismo de aventura, turismo cultural, convencional, turismo de playa y turismo comunitario en toda la zona.

### **Reformas al sector turístico.**

Con el fin de fortalecer la economía y reactivar los sectores económicos como el turismo se plantea diferentes reformas que promuevan el desarrollo del sector, dentro de estas reformas se establece un régimen de incentivos a favor de este sector como líneas de crédito para proyectos turísticos, exoneración de tributos para empresas cuya finalidad sea el turismo, con el fin de atraer mayor número de turistas extranjeros se establece que se devolverá el IVA pagado por concepto de servicio de alojamiento turístico, siempre y cuando dichos turistas cumplan con los requisitos establecidos en la ley de turismo.

Además se plantea que los gobiernos provinciales y municipales podrán establecer incentivos que promuevan la inversión en servicios de turismo receptivo e interno en su respectiva circunscripción.

## **1.7 Matriz AOOR**

Tabla N° 7 Matriz AOOR

<b>Aliados.</b>	<b>Oponentes</b>
Los habitantes y las autoridades de la comunidad, apoyan la actividad turística en el sector.	Carencia de mano de obra calificada en el sector en cuanto a manejo del hostel y atención al cliente.
Las vías de acceso con los que cuenta la comunidad, que además se encuentran en muy buen estado.	La competencia a nivel parroquial ya que se encuentran posicionados en el mercado.
La comunidad Faccha Llacta cuenta con todos los servicios básicos.	Pérdida de la identidad cultural por parte de los pobladores indígenas de la comunidad.
La diversidad de festividades tradicionales y culturales que se llevan a cabo en el lugar.	La situación económica que atraviesa el país, debido a que afecta la economía de las familias ecuatorianas.
Existencia de proveedores en cuanto a materiales de construcción y alimenticios para el restaurante que se planea ubicarlo en el hostel.	
La población económicamente activa representa casi la mitad de los habitantes, los cuales pueden convertirse en mano de obra para el proyecto.	
<b>Oportunidades</b>	<b>Riesgos</b>
Políticas de turismo por parte del Gobierno Nacional que fomentan el desarrollo turístico del país.	Deforestación y quema del bosque protector de la cascada de Peguche.
Atractivos turísticos naturales y culturales con los que cuenta el sector, la provincia y el cantón.	Incremento de la competencia en el sector.
El Plan nacional del Buen Vivir a través de su objetivo de incentivar el cambio de la matriz productiva fomenta el desarrollo del sector turístico.	En la comunidad no existe suficiente formación académica.
Generación de plazas de empleo para la comunidad.	

Elaborado por: El autor

## **1.8 Cruces estratégicos.**

### **1.8.1 Aliados-Oportunidades**

El proyecto tendría mucha acogida y ayuda por parte de las autoridades y pobladores debido a que impulsaría el desarrollo turístico del sector como se lo plantea en las políticas de turismo nacional.

Con la construcción del hostel se generaría nuevas plazas de empleo para los habitantes del sector dinamizando la economía de la comunidad.

### **1.8.2 Aliados-Riesgos.**

Realización de cursos de capacitación de atención al cliente para los habitantes del sector debido al poco nivel académico de los comuneros del sector.

Se impulsaría junto con las autoridades y pobladores un plan de mitigación y contingencia ante la destrucción de la flora y fauna del lugar, preservando así el paisaje natural de la Cascada de Peguche.

### **1.8.3 Oportunidades-Riesgos**

A través de un turismo cultural donde se exponga y se dé a conocer la riqueza de la cultura del sector se rescatará el valor cultural y tradicional del pueblo indígena que habita en la comunidad, generando un sentido de pertenencia en los habitantes, para que estos valoren y cuiden no solamente su cultura sino también el entorno que los rodea.

Mediante las nuevas políticas y promoción sobre el aspecto turístico se generará una mayor afluencia de turistas, aumentando así la cantidad de personas que demanden el servicio de alojamiento permitiendo de tal manera ingresar y posicionarse en el mercado a través de un servicio de calidad.

Al ser un hostel ubicado en un sector único con una vista única al río, tiene la posibilidad de competir con los demás lugares de alojamiento, una por su infraestructura y otra por el impulso por parte de las políticas de estado de mejorar el sector turístico del país.

#### **1.8.4 Oponentes-Riesgo**

Junto con los demás lugares de alojamiento, plantear una campaña de limpieza y cuidado en el sector de la Cascada de Peguche, con el fin de preservar dicho sector y aumentar el número de visitantes a la misma

Debido a la crisis económica se realizaría descuentos o paquetes de alojamiento a grupos de turistas nacionales y locales con el fin de captar un mayor número de clientes.

#### **1.10 Identificación de la Oportunidad de inversión.**

A través del diagnóstico situacional que se realizó en la comunidad Faccha Llacta perteneciente a la parroquia Dr. Miguel Egas Cabezas, se puede concluir que el sector cumple con todas las condiciones necesarias para llevar a cabo el proyecto, ya que todos los aspectos favorecen a la creación de la hostería en la comunidad debido a que es un lugar maravilloso no solamente por su flora y fauna, sino también por la cultura de su pueblo indígena y su encantador paisaje turístico.

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

Es el desarrollo de las bases teóricas, en el cual se realiza una compilación detallada de los conceptos y características más significativas relacionadas al objeto de estudio, los conceptos utilizados se encuentran basados en libros especializados, páginas de internet y revistas, además en la fundamentación teórica también se presentará las opiniones y argumentos del autor del presente trabajo con el fin de sustentar la base teórica de la investigación.

#### 2.1 Objetivo marco teórico.

Elaborar un marco teórico basado en fuentes bibliográficas y linkográficas que permitan sustentar los conceptos utilizados en el desarrollo del proyecto.

#### 2.2 Metodología.

En el presente trabajo se empleará el método de investigación descriptiva con el fin de cumplir con los objetivos establecidos. El método descriptivo se lo utilizara a través de la aplicación de instrumentos de investigación tales como entrevistas, observación y encuestas, los cuales permitirán analizar y describir los datos recolectados, ya que mediante este método se procesará los datos para obtener información relevante que sustenten la factibilidad del proyecto.

#### 2.3 Empresa

*“Es una entidad compuesta por capital y trabajo que se dedica a actividades de producción, comercialización y prestación de bienes y servicios a la colectividad”.*(BRAVO, 2013, pág. 3)

Empresa es una organización o unidad productiva que conjuga los recursos humanos, financieros, tecnológicos y materiales con el fin de obtener lucro o satisfacer alguna necesidad social, a través de la venta de productos o prestación servicios lícitos.

## **2.4 Turismo**

*“Turismo es el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus desplazamientos y estancias en distintos lugares diferentes al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo menor a un año, con fines de ocio, negocios u otros motivos”.*(CABARCOS, 2011, pág. 2)

El turismo es una actividad recreativa, en el cual las personas se desplazan de manera intencional de su lugar de residencia habitual hacia otro sitio, por un período menor a un año, con el fin de conocer nuevos lugares, culturas, costumbres, tradiciones o simplemente con fines de diversión o trabajo. El turismo en la actualidad se ha convertido en una actividad económica muy importante en el Ecuador, ya que dinamiza la economía del lugar o sector en la que se lleva a cabo.

### **2.4.1 Turismo interno**

*“comprende a los residentes de la misma zona que viajan a un destino al de su residencia habitual por un período de tiempo no superior a un año”.*(CABARCOS, 2011, pág. 3)

Es aquel turismo que lo realizan los propios residentes de un país cuando salen de su lugar de residencia habitual y viajan hacia otro lugar del mismo país.



#### **2.4.2 Turismo receptor**

*“el turismo receptor incluye a los residentes en un determinado país o región que viajan a otro país que no es el suyo, por un período no superior al año”.*(CABARCOS, 2011, pág. 3)

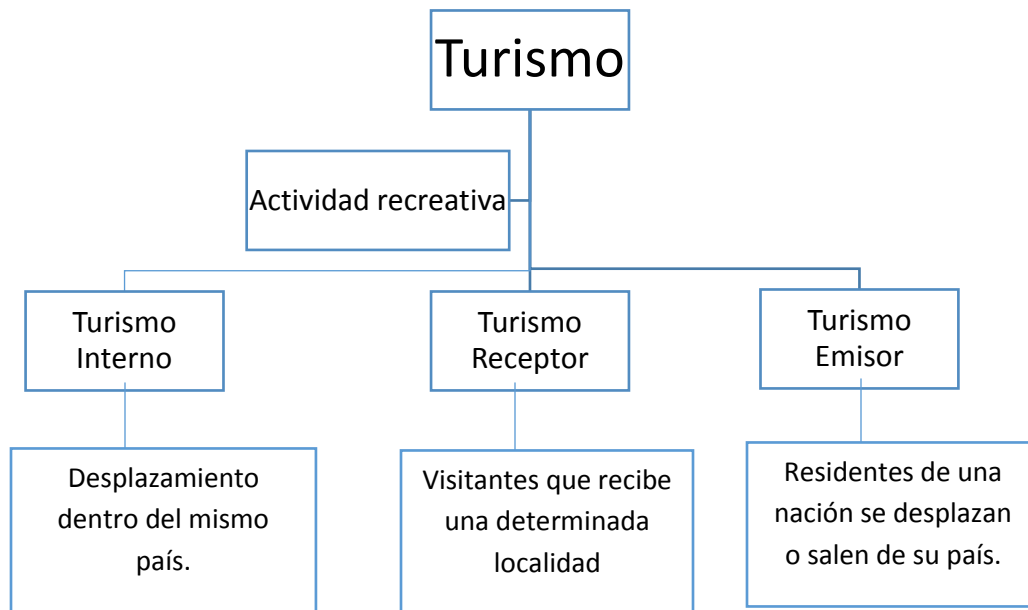
El turismo receptivo es realizado por personas que viajan del país en el que residen hacia otra nación o país, por un período de tiempo menor a un año, este viaje puede darse debido a varios motivos como tales como la recreación, negocio, entre otros, en varios países del mundo el turismo receptivo genera importantes ingresos económicos.

#### **2.4.3 Turismo emisor**

*“El turismo emisor engloba a los residentes de un país que se desplaza a otro país distinto al suyo. Este turismo provoca una pérdida de riqueza desde el punto de vista económico, ya que los turistas nacionales gastan su dinero en el extranjero y no dentro de nuestras fronteras”.*(CABARCOS, 2011, pág. 3)

Es denominado turismo emisor cuando un habitante de un país se traslada de manera voluntaria fuera de su país, ya sea por distintos motivos, este tipo de turismo no favorece a la economía del país de donde salen los turistas, ya que representan una salida de dinero para el país.

Gráfico N° 6 Turismo



Fuente: Cabarcos, 2011  
Elaborado por: El autor.

#### 2.4.4 Destino turístico

Según la OMT (como se citó en (JIMÉNEZ Y JIMÉNEZ, 2013, pág. 66)“*es el punto específico donde el consumidor (potencial turista) se debe desplazar para realizar o bien llevar a cabo la demanda del producto*”.

Se considera destino turístico al sitio o lugar al cual acuden los turistas, estos sitios pueden poseer características naturales tales como clima, relieve, hidrografía, entre otros, o características tales como infraestructura y servicios, los cuales agradan y atraen a los turistas.

#### 2.5 Turista

“*Persona que se desplaza fuera de su entorno habitual por un período de tiempo superior a veinticuatro horas, diferenciando este concepto del correspondiente al*

*visitante de día o excursionista, cuya estancia es inferior a este tiempo”*.(CABARCOS, 2011, pág. 2)

Se entiende por turista a aquella persona que se traslada por distintos motivos de su lugar habitual de residencia hacia cualquier otro lugar, en el cual pernoctara y permanecerá por más de 24 horas y su tiempo de estadía no superara los 6 meses.

## **2.6 Estudio de mercado.**

(URBINA, 2013, pág. 5) *“investigación que consta de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización”*.

El estudio de mercado tiene como objetivo el recopilar e interpretar datos los cuales al ser analizados brindaran información muy útil e importante acerca de la situación actual del mercado, es decir permite determinar la oferta, demanda, precios y canales de distribución del producto del proyecto, obteniendo una visión clara de la aceptación o rechazo del servicio que se pretende introducir al mercado.

### **2.6.1 Marketing.**

(MÜNCH, SANDOVAL, Y TORRES, 2015, pág. 15) *“conjunto de actividades tendientes a crear, promover, distribuir, y vender bienes y servicios en el momento y lugar más adecuados y con la calidad requerida para satisfacer las necesidades y expectativas del cliente”*.

Es el proceso en el cual se estudia el comportamiento del mercado con el fin de satisfacer las necesidades que se presentan dentro de él, además el marketing permite una gestión adecuada de la parte comercial de los negocios, es decir analiza y planifica las mejores opciones de comunicación y distribución de los productos y servicios que la empresa comercializa. En el

proyecto el establecimiento de planes estratégicos de comercialización es muy importante debido a que estos se encuentran orientados a captar el mayor número de consumidores de los productos ofrecidos por el proyecto.

### **2.6.2 Población**

*“se llama población o universo a cualquier conjunto de elementos de los que se desea obtener información”.*(VÉLIZ, 2011, pág. 6)

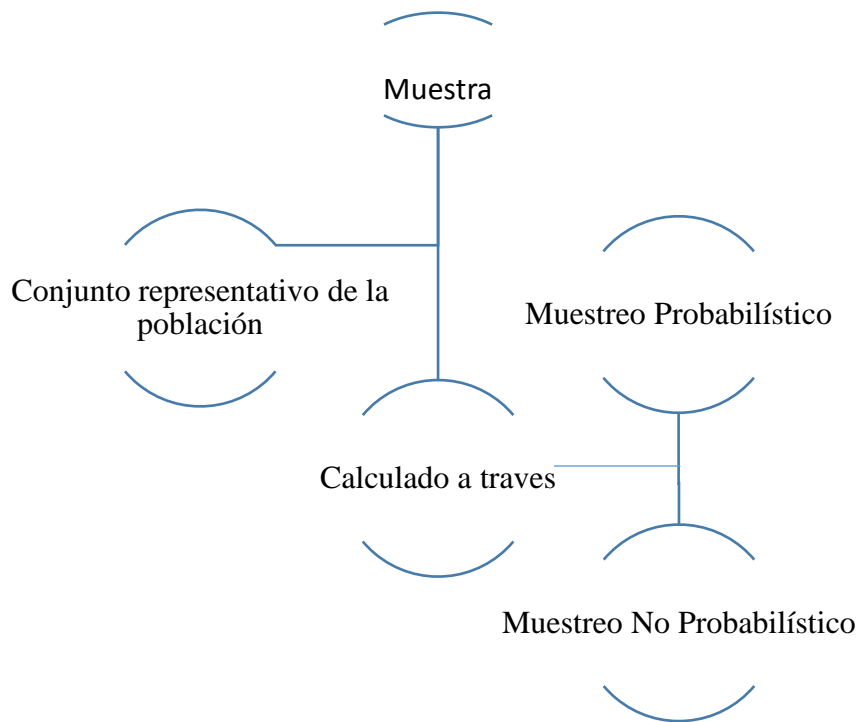
### **2.6.3 Muestra**

*“la muestra es una parte que se selecciona de una población para someterla a análisis”.*(LEVINE, KREHBID, Y BERENSON, 2014, pág. 8)

La población es un conjunto total finito o infinito de elementos que poseen una o diversas características o propiedades comunes, sobre el cual se realizará cierta observación, al ser la población un conjunto total de elementos es necesario obtener un subconjunto representativo de la población a la cual se la denomina muestra, la obtención de la muestra se la realiza con la finalidad de facilitar el análisis y estudio del universo, ya que a través de ese análisis el investigador puede inferir o estimar las propiedades de la población total.

Es muy importante determinar correctamente el tamaño de la muestra, para lo cual se utilizan técnicas que permiten establecer el tamaño adecuado de la muestra a los cuales se los denomina muestreo, esta técnica se clasifica en muestreo probabilístico y no probabilístico, el uso de cada una de estas técnicas depende del objetivo del estudio.

Gráfico N° 6 Muestra



Fuente: Levine, Krehbid y Berenson, 2014

Elaborado por: El autor

#### 2.6.4 Mercado

(ARBOLEDA, 2013, pág. 83)“*El mercado es el área en la cual convergen las fuerzas de la oferta y la demanda para establecer un precio único y, por lo tanto, la cantidad de las transacciones que se vayan a realizar*”.

El mercado es el conjunto de vendedores y compradores u oferentes y demandantes, los cuales interactúan entre sí, con el fin de llegar a un acuerdo mutuo entre ambas partes y así realizar un negocio, el análisis de esta interacción entre oferentes y demandantes, y otros factores permitirá la determinación del precio de los producto del proyecto, en la actualidad existen algunos tipos de mercados los cuales se los clasifica de acuerdo al número de oferentes y demandantes que participan en ellos.

### **2.6.5 Segmentación de mercado**

*“La segmentación de mercado es un proceso que consiste en dividir el mercado en varios subgrupos más pequeños e intrínsecamente homogéneos de consumidores con necesidades y características comunes”.*(LIMAS, 2011, pág. 81)

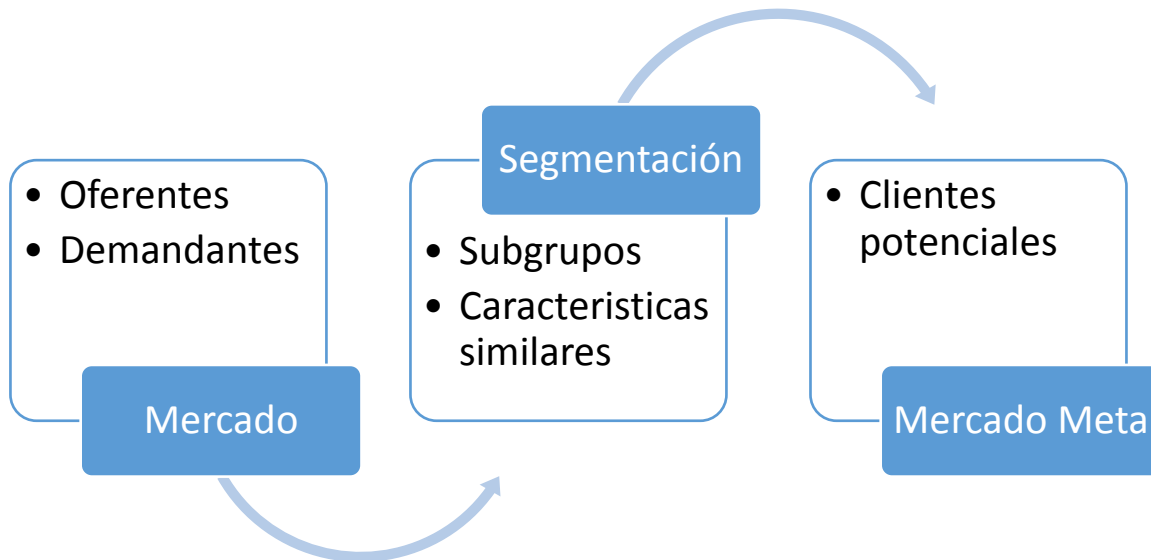
Debido a que el mercado es heterogéneo se debe llevar a cabo un proceso de segmentación o fraccionamiento, cada fragmento o segmento debe poseer características y necesidades similares, la división del mercado se lo realiza en base a ciertas variables tales como aspectos demográficos, geográficos, económicos, de conducta entre otros, todo esto se lo realiza con el fin de optimizar los recursos del proyecto y determinar a qué grupo del mercado vender el producto o prestar el servicio es decir definir el mercado meta del proyecto.

### **2.6.6 Mercado meta**

*“el mercado meta define las personas o entidades a las cuales la empresa ofrecerá sus productos o servicios y con los cuales buscara intercambios redituales”.*(GONZÁLES, SILVA, Y ORTIZ, 2014, pág. 34)

El mercado meta es el resultado del proceso de segmentación, se lo puede definir como el grupo de clientes potenciales a los cuales el proyecto pretende servir, a través del ofrecimiento de los productos y servicios, de tal manera que permita el posicionamiento de los mismos, es de vital importancia determinar adecuadamente el mercado meta del proyecto ya que estos permitirán la sostenibilidad y factibilidad del mismo.

Gráfico N° 7 Segmentación



Fuente: Arboleda, Gonzales y Ortiz, 2014

Elaborado por: El autor

### 2.6.7 Demanda

*“la demanda debe entenderse como la cuantificación en dinero y en volumen de las necesidades reales y psicosociales de cierto producto o servicio de un mercado o población”.*(ARAUJO, 2012, pág. 136)

Se entiende por demanda a la cantidad de bienes o servicios que los demandantes se encuentran dispuestos adquirir, entendiéndose por demandantes a las personas que se encuentran interesados en comprar cierto bien o servicio. La cantidad demandada de un producto o servicio puede verse afectado por diferentes factores tales como el precio del bien o servicio, preferencias y gustos, el poder de adquisición del consumidor, bienes o servicios sustitutos o complementarios, entre otros.

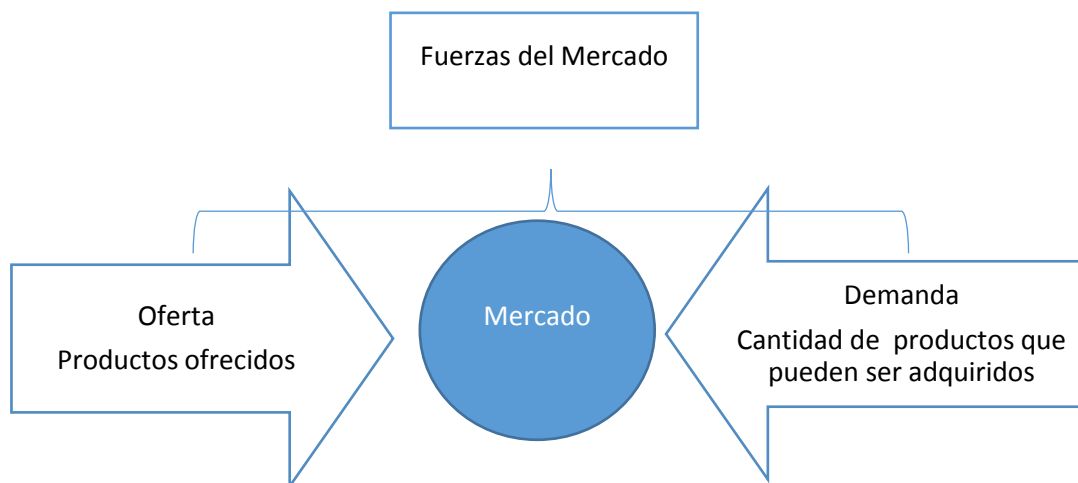
### 2.6.8 Oferta

*“La oferta es el importe del volumen de bienes y servicios que los productores actuales colocan en el mercado para ser vendido”.*(ARAUJO, 2012, pág. 136)

La oferta se la puede definir como la cantidad de bienes o servicios que son ofrecidos por un oferente en un mercado, con el fin de satisfacer las necesidades o deseos de las personas, los oferentes son aquellas personas naturales o jurídicas que desean y pueden vender un bien o servicio, la cantidad ofrecida de un bien o servicio puede variar debido a varios factores tales como la tecnología, el precio, políticas gubernamentales, entre otros.

El análisis de la oferta y demanda dentro del proyecto es muy importante debido a que estas dos fuerzas del mercado permitirán determinar el nivel de ventas, ya que a través de la demanda y oferta se determinará a los posibles compradores y se identificará a la competencia.

Gráfico N° 8 Fuerzas del mercado



Fuente: Araujo, 2012  
Elaborado por: El autor



### **2.6.9 Producto**

Según MEJÍA (como se citó en (CÓRDOBA, 2014, pág. 56)) *“es la concretización del bien, cualquier cosa que pueda ofrecerse para satisfacer una necesidad o deseo. Abarca objetos físicos, servicios, personas, lugares, organizaciones e ideas”*.

El producto es algo tangible o intangible ofrecido en el mercado, y que debe responder y satisfacer las necesidades de los consumidores, éste representa el resultado del proceso productivo.

El producto posee varios atributos tales como calidad, diseño, duración, imagen y varios elementos más que le dan valor al producto, el análisis del producto es muy importante dentro del estudio de mercado ya que permitirá también identificar los subproductos, productos sustitutos y complementarios, los cuales afectarán también en la cantidad de la demanda del producto del proyecto.

### **2.6.10 Precio**

*“el precio es el valor, expresado en dinero, de un bien o servicio ofrecido en el mercado. Es uno de los elementos fundamentales de la estrategia comercial en la definición de la rentabilidad del proyecto empresarial”*.(ARBOLEDA, 2013, pág. 88)

El precio es el valor expresado en unidades monetarias que se establece para un bien o servicio, éste es un elemento muy importante ya que afecta a la cantidad demandada de un producto, ya que el precio influye sobre la decisión de compra de los consumidores, y por ende a los ingresos de la empresa, éste es un elemento clave tanto para oferentes como demandantes, por ende es muy importante realizar una fijación adecuada del precio del producto que el proyecto

comercializará, con el fin de obtener una utilidad justa y lograr satisfacer las necesidades del consumidor.

#### **2.6.11 Plaza**

(MÜNCH, SANDOVAL, Y TORRES, 2012, pág. 197)“*plaza es el lugar físico donde se ofrece un producto*”.

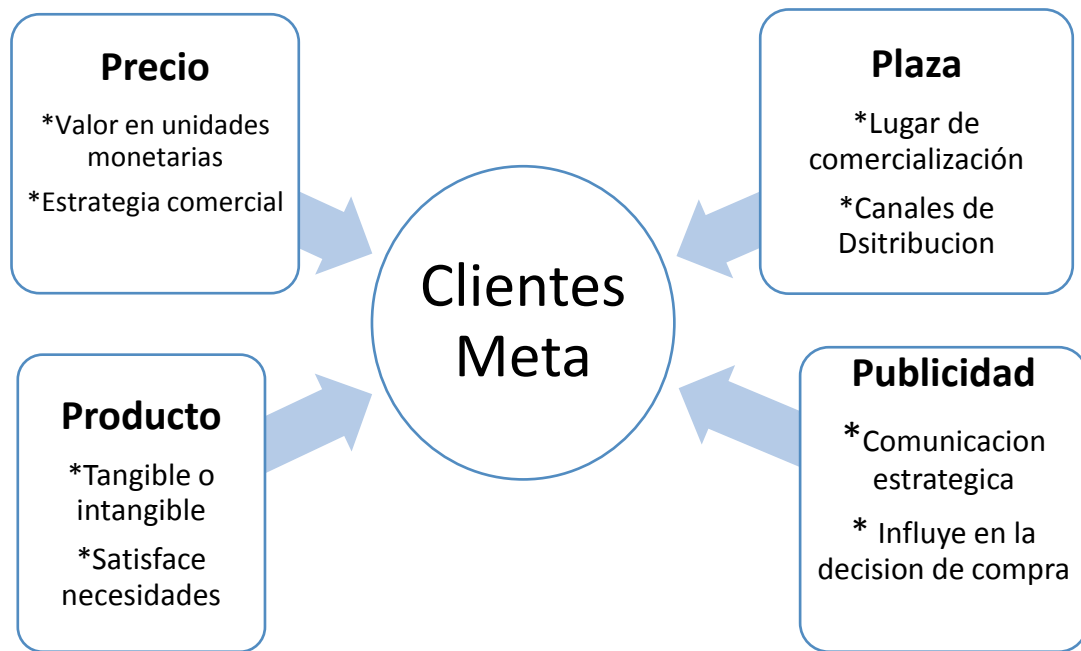
La plaza o distribución es muy importante ya que es el lugar donde se comercializará y la forma como será distribuido y promocionado el producto con el objetivo de que dicho producto logre llegar a los consumidores, para esto se utiliza diversos canales de distribución tales como el canal directo donde el productor del bien comercializa de manera directa con el consumidor, y el canal indirecto que se clasifica en canales cortos y largos, en el canal corto solamente interviene el productor, un intermediario y el consumidor en cuanto que en el canal largo existe una numerosa presencia de intermediarios.

#### **2.6.12 Publicidad**

(MÜNCH, SANDOVAL, Y TORRES, 2012, pág. 247)“*La publicidad es toda forma de comunicación pública e impersonal cuyo propósito es influir en las percepciones y en el comportamiento del consumidor para inducir la decisión de compra*”

La publicidad es un elemento estratégico de comunicación de un producto, que se lo realiza con el fin de dar a conocer alguna información, opinión, o idea de tal manera que permita influir sobre la decisión de compra de un consumidor de un bien o servicio. La publicidad se la realiza generalmente a través de medios masivos de comunicación tales como televisión, radio, prensa escrita, internet, entre otros, los cuales facilitan la transmisión de información del producto.

Gráfico N° 9 Marketing Mix



Fuente: Münch, Sandoval y Torres, 2012  
Elaborado por: El autor

## 2.7 Estudio técnico

(URBINA, 2013, pág. 6) *“investigación que consta de determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal”*.

Es un estudio muy importante ya que permite determinar la magnitud del proyecto, el proceso productivo del bien o servicio, entre otros aspectos con la finalidad de aprovechar de manera eficiente los recursos del proyecto y lograr satisfacer la demanda proyectada en el estudio de mercado.

### **2.7.1 Tamaño del proyecto**

*“El tamaño de un proyecto empresarial es su capacidad de producción del bien o prestación del servicio durante un período de tiempo de funcionamiento que se considera normal para las circunstancias y tipo de proyecto de que se trata”.*(ARBOLEDA, 2013, pág. 148)

Se entiende por tamaño del proyecto a la capacidad de producir bienes o cobertura de servicios en un período de tiempo determinado, refiriéndose a la capacidad como el total o el máximo de unidades producidos, la determinación del tamaño permite analizar la capacidad que puede soportar la empresa y la dimensión mínima de producción, permitiendo determinar así el tamaño óptimo y aprovechar al máximo la capacidad instalada del proyecto.

### **2.7.2 Localización del proyecto**

(CÓRDOBA, 2011, pág. 112) *“es el análisis de las variables (factores) que determinan el lugar donde el proyecto logra la máxima utilidad o el mínimo costo”.*

- **Micro localización**

(CÓRDOBA, 2011, pág. 121) *“la micro localización indica cuál es la mejor alternativa de instalación de un proyecto dentro de la macro zona elegida”.*

- **Macro localización**

(CÓRDOBA, 2011, pág. 119) *“la macro localización de los proyectos se refiere a la ubicación de la macro zona dentro de la cual se establecerá un determinado proyecto”.*

La localización es un estudio muy importante que podría establecer el éxito o fracaso del proyecto, este estudio tiene como objetivo analizar los diferentes lugares donde es posible situar

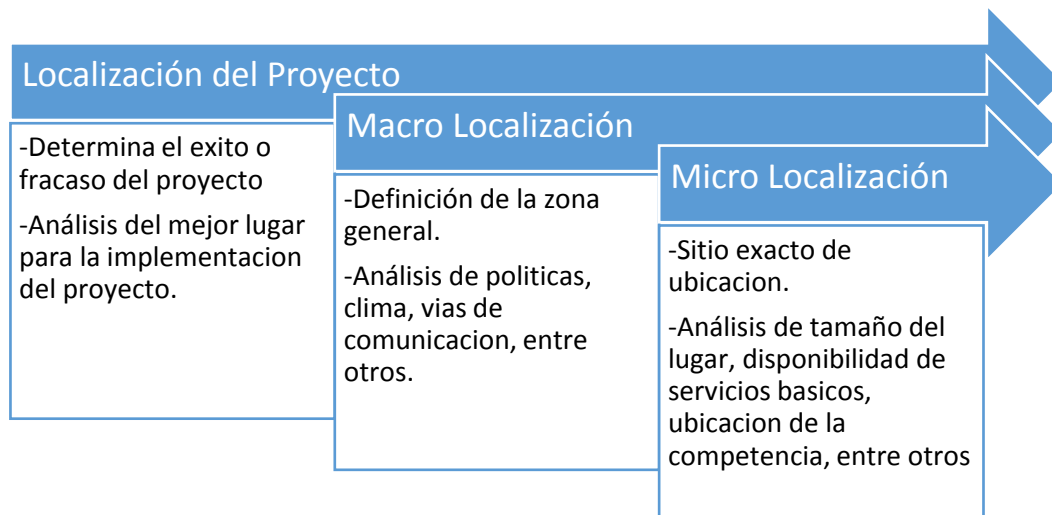
el proyecto, con el fin de determinar aquel lugar que maximice la rentabilidad del negocio y reduzca los costos del mismo.

Para la localización del proyecto se analizará dos aspectos tales como la macro localización y micro localización, para la determinación de la macro y micro localización se analizan los factores o fuerzas locacionales los cuales influyen en la determinación de ubicación.

La macro localización consiste en establecer la macro zona del proyecto, es decir definir la zona general (región, provincia, cantón) donde se ubicará el negocio, para lo cual se debe analizar los siguientes factores como: transporte, políticas y planes de desarrollo, disponibilidad de mano de obra, ubicación de los insumos, condiciones climáticas, condiciones de vida, vías de comunicación, entre otros.

La micro localización se refiere al sitio exacto o lugar preciso es decir localización urbana o rural, dentro de la macro zona, donde se ubicará el negocio, para la determinación adecuada de la micro zona se deben analizar las siguientes variables tales como: tamaño del lugar, ubicación de la competencia, particularidades topográficas del sitio, impuestos, disponibilidad de servicios, condiciones de las vías de comunicación, servicios de transporte, entre otros.

Gráfico N° 10 Localización del proyecto



Fuente: Córdoba, 2011  
Elaborado por: El autor

## 2.8 Estudio financiero

(URBINA, 2013, pág. 6) *“ordenamiento y sistematización de la información de carácter monetario y elaboración de los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica”*.

Este estudio permite analizar si el proyecto puede llegar a ser financieramente viable en el tiempo, es decir si el proyecto es rentable y sostenible, esta evaluación financiera se basa en la información obtenida en los anteriores estudios tales como el estudio técnico y de mercado.

### 2.8.1 Contabilidad

(FIERRO, 2015, pág. 10) *“es un proceso que elabora información de las empresas de comercio, producción y de servicios”*.

La contabilidad es un conjunto de procesos que permite obtener información de carácter financiero de una empresa, esta información es de gran utilidad para la toma de decisiones, además ayuda a un adecuado control y administración de todos los recursos de una empresa.

### 2.8.2 Costos

*“valor sacrificado por productos y servicios que se espera que aporten un beneficio presente o futuro a una organización”.*(URIBE, 2011, pág. 2 y 3)

- **Costos variables**

*“varían directamente y proporcionalmente a los cambios en el volumen de producción”.*(VILLAREAL Y RINCÓN, 2014, pág. 38)

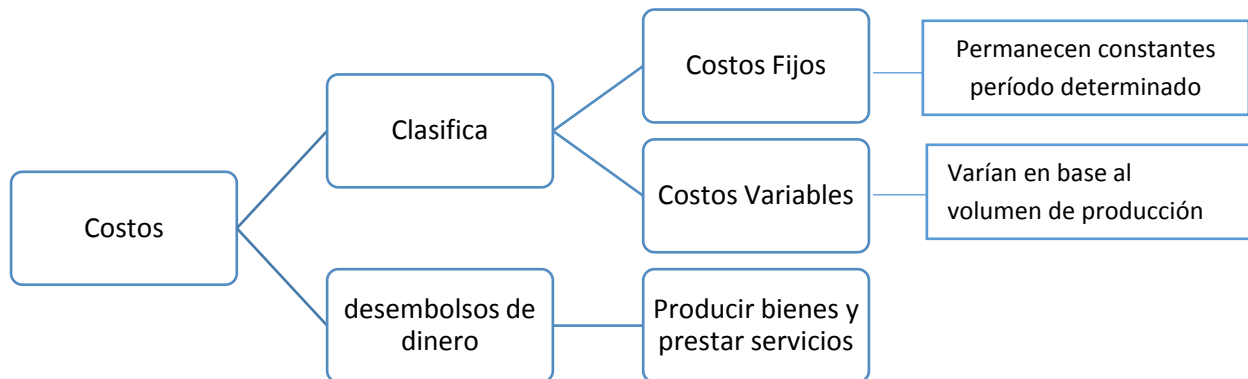
- **Costos fijos**

*“son las inversiones que permanecen constantes dentro de un período determinado, sin importar si cambia el volumen de producción”.*(VILLAREAL Y RINCÓN, 2014, pág. 38)

Los costos son desembolsos de dinero que tienen como finalidad la producción de un bien o servicio que se comercializará, para la determinación del costo de un producto se establece en base a los costos de la materia prima, mano de obra y los costos indirectos de fabricación.

Los costos son un factor muy importante que ayudarán a analizar y determinar el precio de los productos que ofrecerá el proyecto.

Gráfico N° 11 Clasificación del costo



Fuente: Villareal y Rincón, 2014

Elaborado por: El autor

### 2.8.3 Estado de situación financiera

(GUAJARDO, 2014, pág. 48) “*es un estado básico que muestra los montos del activo, pasivo y capital en una fecha específica, en otras palabras muestra los recursos que posee el negocio, los adeudaos y el capital aportado por los dueños*”.

Este estado muestra de manera detallada y sencilla la información financiera y patrimonial de la empresa al cierre de un período determinado, este estado se encuentra compuesto solamente por cuentas del activo, pasivo y patrimonio.

### 2.8.4 Estado de flujo de efectivo

“*Es un informe que desglosa los cambios en la situación financiera de un período a otro e incluye, de alguna forma, las entradas y salidas de efectivo para determinar en esta partida, el cual es un factor decisivo al evaluar la liquidez de un negocio*”.(GUAJARDO, 2014, pág. 45)



El estado de flujo de efectivo es un estado financiero básico pero de gran importancia, el cual permite observar y analizar la entrada y salida de efectivo y sus equivalentes, determinando así la capacidad de la empresa de generar efectivo y su capacidad de afrontar sus obligaciones económicas. Este estado se encuentra compuesto por tres actividades tales como las de operación, inversión y financiamiento.

#### **2.8.5 Estado de resultados**

(PACHECO, 2013, pág. 154)“*resume los ingresos y gastos de las operaciones realizadas por la empresa a lo largo de un período contable (un año o un trimestre)*”.

Es un estado financiero que permite calcular la utilidad o pérdida que la empresa ha obtenido en un período de tiempo dado a causa de las operaciones que generan ingresos, costos y gastos para la empresa, ya que estos elementos son presentados de manera detallada en dicho estado.

#### **2.8.6 Tasa interna de retorno**

“*Es la tasa de actualización que iguala el valor presente de los ingresos totales con el valor presente de los egresos totales de un proyecto en estudio*”.(ARAUJO, 2012, pág. 136)

La tasa interna de retorno es un evaluador financiero que permite medir y cotejar la rentabilidad de las inversiones, ya que es la tasa promedio de rentabilidad que el proyecto paga al inversionista o inversionistas por invertir en el proyecto, se calcula en base a los flujos de caja proyectados que como mínimo son de 5 años y la determinación de la inversión inicial del proyecto, este evaluador financiero es utilizado como uno de los juicios de decisión sobre si se acepta o se rechaza un proyecto de inversión, por tal razón a mayor tasa interna de retorno el proyecto significa que es más rentable.

### **2.8.7 Período de recuperación**

*“Se define como la magnitud del tiempo en años durante el cual los beneficios o utilidades futuras del proyecto cubren el monto de la inversión”.*(ARAUJO, 2012, pág. 138)

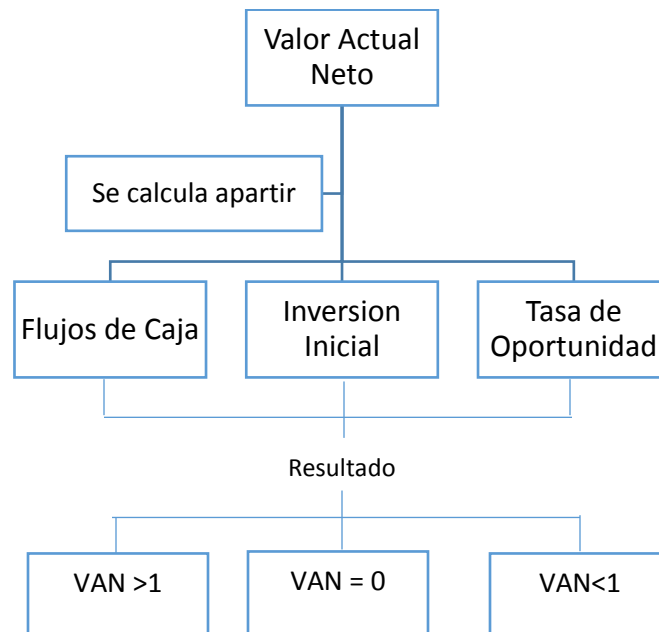
El período de recuperación hace referencia al tiempo en el cual se recuperará el monto total de la inversión inicial, es decir mide en que tiempo los flujos netos de efectivo proyectados cubren el monto total invertido inicialmente, también permite medir u observar la liquidez del proyecto, convirtiéndose en una importante herramienta en el proceso de toma de decisiones al momento de una inversión.

### **2.8.9 Valor actual neto**

*“Es el valor obtenido mediante la actualización de los flujos netos del proyecto, ingresos menos egresos, considerando la inversión como un egreso a una tasa de descuento determinada previamente”.*(ARAUJO, 2012, pág. 137)

El valor actual neto es un indicador muy importante para la evaluación financiera de un proyecto, ya que permite decidir si se acepta o se abandona un proyecto dependiendo del resultado que el evaluador financiero arroje, el VAN se lo calcula a partir de los flujos de caja, la inversión inicial, inversiones durante la operación del proyecto si se los realizase y la tasa de descuento o tasa de oportunidad. Si el resultado del van es mayor a uno el proyecto es rentable, si su valor es menor a cero se debería rechazar el proyecto, sin embargo si el VAN es igual a cero se debe evaluar otros factores para la toma de una decisión.

Gráfico N° 12 Valor actual neto



Fuente: Araujo, 2012  
Elaborado por: El autor

### 2.8.10 Punto de equilibrio

(AMAT Y SOLDEVILA, 2010, pág. 66) *“es la cifra de ventas que permite cubrir todos los costes de la empresa”*.

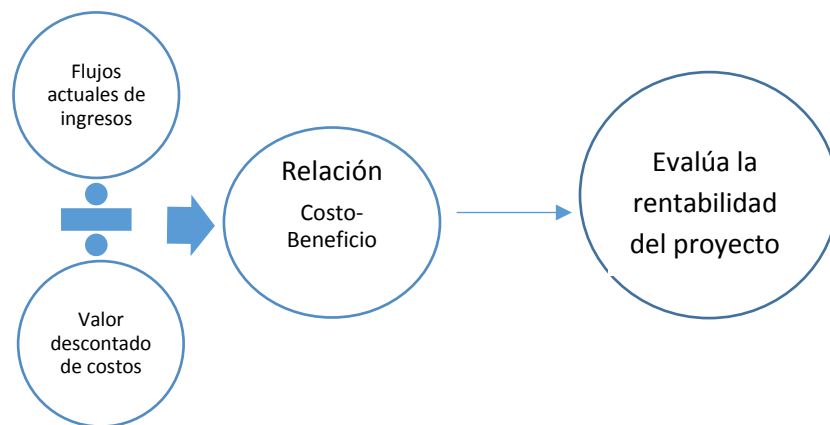
Es aquel punto en el cual se determina la cantidad de productos que deben ser vendidos para cubrir los costos y gastos del proyecto, es decir la situación donde no se generen ni pérdidas ni ganancias.

### 2.8.11 Relación costo-beneficio

(ARAUJO, 2012, pág. 137) *“es el cociente de los flujos descontados de los beneficios o ingresos del proyecto, sobre los flujos descontados de los costos o egresos totales del proyecto”*.

Es una técnica que permite evaluar la rentabilidad del proyecto, ya que a través de esta técnica lo que se hace es comparar los costos y los beneficios que se esperan obtener del proyecto, la relación costos beneficio se lo calcula dividiendo entre los flujos actuales de los ingresos del proyecto y el valor descontado de los costos.

Gráfico N° 13 Relación Costo-Beneficio



Fuente: Araujo, 2012  
Elaborado por: El autor

## 2.9 Estructura organizacional

Según MINTZBERG (como se citó en GÓMEZ Y MADRONA, 2015, pág. 24) “*puede definirse como un conjunto de medios que maneja la organización con el objeto de dividir el trabajo en diferentes tareas y lograr la coordinación efectiva de la misma*”.

La Estructura organizacional es muy importante dentro de cualquier organización social ya que es la forma en cómo se dividirá, organizará y coordinará el trabajo dentro de la misma, además a través de esta técnica se establece el orden jerárquico y la forma de comunicación dentro de una entidad, mejorando la gestión de la organización de tal manera que permita el cumplimiento o alcance de los objetivos planteados.

### **2.9.1 Administración**

(CHIAVENATO, 2014, pág. 8) *“la administración es el proceso de planear, organizar, dirigir y controlar el uso de los recursos y las competencias con el fin de alcanzar los objetivos de la organización”*.

La administración es un conjunto de procesos que se aplica a cualquier tipo de organización social, con el propósito de aprovechar y coordinar de la mejor manera los recursos humanos y materiales.

A través de la administración se logra simplificar y agilizar las tareas y procesos, logrando así que la organización se vuelva eficiente.

### **2.9.2 Proceso administrativo**

Es un conjunto de actividades que se las lleva a cabo con el fin optimizar recursos, alcanzar objetivos y garantizar un correcto funcionamiento de la organización, este proceso se encuentra conformado por las actividades de planeación, organización, dirección y control.

### **2.9.3 Planeación**

(HERNÁNDEZ Y PALAFOX, 2012, pág. 177) *“la planeación es la proyección impresa de las acciones de corto, mediano y largo plazo de las empresas para que operen con éxito tanto al interior como en el contexto en el que actúan, lo cual les permite administrar sus recursos, organizarlos internamente, dirigirlas, gerenciarlas y controlarlas”*.

La planificación es un conjunto de actividades en el cual se determinan las acciones que se llevarán a cabo con el fin de alcanzar las metas u objetivos planteados y aprovechar al máximo los recursos de la empresa, es decir se establece una estrategia general para el correcto funcionamiento de una empresa, en

este proceso se toma en cuenta el tiempo, los recursos que la empresa posee y los factores externos e internos que afectarían en la consecución de los objetivos.

#### **2.9.4 Organización**

(GRIFFIN, 2011, pág. 8) *“determinar cómo agrupar mejor las actividades y los recursos”*

La organización es el proceso en el cual se divide e integra de manera eficiente el trabajo y los recursos materiales de la empresa, permitiendo determinar de los niveles de autoridad, y definir las funciones y responsabilidades de cada miembro de la empresa con el fin de simplificar las tareas y mejorar la supervisión de las mismas.

#### **2.9.5 Dirección**

(CHIAVENATO, 2014, pág. 130) *“es la función administrativa que se refiere a las relaciones interpersonales de los administradores de todos los niveles de la organización y sus respectivos subordinados”*.

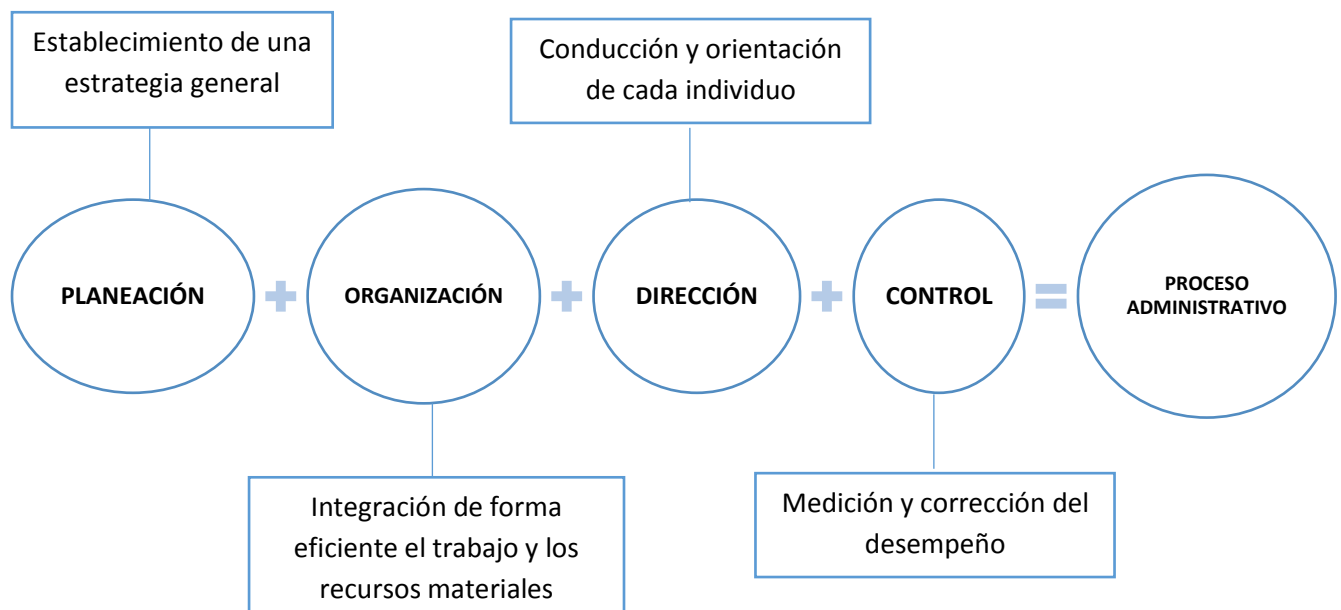
Es el proceso en el cual se busca conducir y orientar el esfuerzo de cada miembro de la organización hacia el logro o alcance de los objetivos de la organización, la dirección se basa en la comunicación, liderazgo y coordinación de esfuerzos, con el fin de influenciar en cada individuo y motivarlos de tal manera que desempeñen sus funciones de la forma más eficiente posible.

#### **2.9.6 Control**

(KOONTZ, WEIHRICH Y CANNICE, 2012, pág. 496) *“control es la medición y corrección del desempeño para garantizar que los objetivos de la empresa y los planes diseñados para alcanzarlos se logren”*.

Es la función que permite determinar si las actividades de la organización o cualquier unidad productiva se llevan a cabo de acuerdo a lo planificado, con la finalidad de detectar y corregir posibles errores dentro de las actividades planificadas o procesos.

Gráfico N° 14 Proceso Administrativo



Fuente: Koontz, Weihrich y Cannice, 2012  
Elaborado por: El autor

### 2.9.7 Organigrama

Según HINTZE (como se citó en ARBAIZA, 2014, pág. 184) “*es la representación más simple de la estructura organizativa, útil para mostrar las unidades y dependencias jerárquicas*”.

El organigrama es un modelo que muestra de manera gráfica la estructura organizacional de una empresa, es una herramienta muy útil que informa y permite entender de manera sencilla las relaciones laborales del personal, las líneas de comunicación y los niveles jerárquicos que se establece dentro de la empresa.

### **2.9.8 Misión**

(CHIAVENATO, 2011, pág. 73)“*la misión de la organización es la declaración de su propósito y alcance, en términos de productos y mercados*”.

La misión es una parte muy importante de la planificación estratégica de una organización, ya que expresa el motivo o la razón por la cual se crea la empresa; es una declaración de la esencia de la empresa es decir expresa lo que es cuál es y el propósito de la organización, por tal motivo la misión responde a preguntas tales como: ¿A qué se dedica la empresa? ¿Para que existe? ¿Qué necesidad se pretende satisfacer?

### **2.9.9 Visión**

(HITT, IRELAND Y HOSKISSON, 2015, pág. 19)“*es una descripción de lo que quiere ser la empresa y, en términos generales, delo que quiere lograr en última instancia*”.

La visión es una declaración de lo que la empresa desea llegar a ser en el futuro o en largo plazo, el establecimiento de la visión en el proyecto permitirá direccionar el esfuerzo de todos los miembros de la empresa hacia una situación proyectada que se desea alcanzar, y plantear objetivos que permitan alcanzar dicha situación, la visión responde a la pregunta ¿Qué es lo que desea la organización en el futuro?

### **2.10 Impactos**

(ARBOLEDA, 2013, pág. 398)“*un impactos es el resultado de los efectos de un proyecto empresarial*”.

Un proyecto puede generar varios impactos ya sean positivos como negativos sobre aspectos sociales, ambientales, económicos, entre otros, por ende es muy importante identificar los posibles efectos que el proyecto puede generar en el lugar donde se localizará.



**Análisis del capítulo.**

En este capítulo se estudió las bases teóricas y científicas que se utilizarán para el desarrollo del presente proyecto, proporcionando la información y profundizando así el tema de investigación propuesto, lo cual es muy importante debido a que permite conocer a fondo los aspectos esenciales para la implementación y el análisis del presente proyecto, ya que este capítulo sirve como herramienta para el estudio de las definiciones teóricas.

## **CAPÍTULO III**

### **3. ESTUDIO DE MERCADO**

Con la finalidad de analizar la situación actual del mercado, se llevará a cabo procedimientos de recopilación de datos que permitan obtener información relevante acerca de la demanda, oferta, medios de comercialización, precio, entre otros factores que se encuentran inmersos dentro del mercado turístico al cual se desea ingresar con el proyecto. El análisis de cada uno de estos componentes del mercado es muy importante, ya que permitirá determinar la factibilidad del proyecto, debido a que se establecerá si el hostel tendrá aceptabilidad o no en el mercado, a través de la cuantificación y calificación de los distintos elementos del mercado.

El mercado turístico en el cantón Otavalo ha ido desarrollándose, de tal manera que el sector turístico se ha convertido en un mercado cada vez competitivo, por lo que es muy importante conocer el comportamiento actual del mercado con la finalidad de fijar estrategias que permitan al proyecto diferenciarse de los demás.

#### **3.1 Objetivo estudio de mercado**

##### **3.1.1 Objetivo General**

Llevar a cabo el estudio de mercado, mediante la identificación y análisis de la oferta, demanda, precio, servicio y plaza, con el fin de determinar la oportunidad de mercado.

##### **3.1.2 Objetivos Específicos**

- Estudiar los productos turísticos que ofertan las demás entidades que se dedican a la actividad turística.
- Determinar y proyectar la demanda de servicios turísticos en el sector de estudio.
- Analizar la oferta de servicios turísticos en la comunidad Faccha Llacta.

- Plantear las estrategias de comercialización, que posibiliten el aumento de la demanda del servicio.
- Analizar los precios de los servicios turísticos en el lugar de estudio.

### 3.2 Variables e Indicadores

Tabla N° 8 Variables e Indicadores

Variable	Indicadores
Servicio	Características del producto productos sustitutos productos complementarios
Demanda	Motivo de visita Atractivo turístico Frecuencia de visita Preferencia del servicio Duración de la visita Acompañamiento
Oferta	Tipos de servicio Capacidad instalada Estudio de la competencia Principales oferentes
Estrategias de comercialización	Publicidad Plaza Promoción Canales de distribución
Precio	Precio de la competencia Descuentos Fijación del precio Competitividad de precios Forma de pago

Elaborado por: El autor

### 3.3 Matriz de variables de estudio de mercado

Tabla N° 9 Matriz de variables de estudio de mercado

<b>Objetivos</b>	<b>Variables</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Fuentes de información</b>	<b>Técnicas</b>	<b>Informante</b>
Estudiar los productos turísticos que ofertan las demás entidades que se dedican a la actividad turística.	Producto	Características del producto Productos sustitutos Productos complementarios	PRIMARIA	ENCUESTA	TURISTAS
Determinar y proyectar la demanda de servicios turísticos en el sector de estudio.	Demanda	Motivo de visita Atractivo turístico Frecuencia de visita Preferencia del servicio Duración de la visita Acompañamiento	PRIMARIA	ENCUESTA	TURISTAS
Analizar la oferta de servicios turísticos en la comunidad Faccha Llacta.	Oferta	Tipos de servicios Capacidad instalada Estudio de la competencia Principales oferentes	PRIMARIA	ENCUESTA DOCUMENTAL	COMPETENCIA ESTADÍSTICAS Y PUBLICACIONES
Plantear las estrategias de comercialización, que posibiliten el aumento de la demanda del servicio.	Estrategias de comercialización	Publicidad Plaza Promoción Canales de distribución	PRIMARIA	ENCUESTA	TURISTA COMPETENCIA
Analizar los precios de los servicios turísticos en el lugar de estudio.	Precio	Precio de la competencia Descuentos Fijación del precio Competitividad de precios Forma de pago	PRIMARIA	ENCUESTA	TURISTA COMPETENCIA

Elaborado por: El autor

### **3.5 Identificación del producto**

Otavalo es un lugar reconocido a nivel internacional por su cultura, tradiciones y belleza natural, que encanta a propios y extraños, éste es visitado por miles de turistas nacionales y extranjeros al año, haciendo del lugar un potencial turístico.

El proyecto de creación de un hostel en la cascada de Peguche tiene como finalidad brindar servicios turísticos de calidad que permitan satisfacer las necesidades o requerimientos de los consumidores, y atraer a los turistas con el propósito de introducir y posicionar al hostel dentro del mercado turístico del cantón.

#### **3.5.1 Características**

##### **Características de alojamiento.**

El hostel contará con habitaciones muy cómodas y confortables, éstas se encontrarán adecuadas con artesanías típicas del lugar, con el fin de promocionar una parte de la cultura kichwa Otavalo, y maravillar al huésped por la belleza de las decoraciones tradicionales.

##### **Características de alimentación**

Se implementará un restaurante en el que se ofrecerá platos típicos del lugar, en el cual se utilizará ingredientes propios del lugar, éstos serán servidos en bandejas autóctonas del pueblo indígena con el propósito de hacer más atractivo el servicio y brindar una nueva experiencia al turista.

### **Tours en las festividades tradicionales del cantón.**

El servicio consiste en acudir a las diferentes comunidades en donde se estén llevando a cabo festividades tradicionales, con la finalidad de que los turistas participen de ellas y conozcan más de la cultura indígena Otavalo.

### **Actividades tradicionales**

Se llevaran a cabo actividades que permitan al turista experimentar la convivencia con los habitantes indígenas del sector.

### **3.5.2 Ventajas**

El hostel es el sitio ideal para los turistas que desean dejar de lado el estrés y contaminación de la ciudad, ya que el establecimiento se ubicará en un lugar rodeado de un espectacular paisaje natural con una vista única al río blanco que nace de la cascada de Peguche, conectando así al turista con la naturaleza del sector.

Se brindará un servicio personalizado que permita al turista conocer y participar de las diferentes actividades tradicionales y culturales del pueblo indígena Otavalo, con la finalidad de impulsar la cultura kichwa Otavalo y encantar a los turistas tanto extranjeros como nacionales, además se ofrecerá un servicio en el que los turistas concurrirán y participarán de los diversos rituales y festividades culturales de las comunidades indígenas del cantón.

### 3.6 Segmentación del mercado

#### 3.6.1 Macro segmentación

Para la macro segmentación del mercado se ha elegido como variable el aspecto geográfico del turismo receptor e interno, para lo cual se han seleccionado los siguientes segmentos comparativos: Ibarra, Otavalo, Cotacachi.

Tabla N°10 Variables de macro segmentación

Tipo de segmentación	Tipo de variable	Nombre de la variable	Segmentos
Macro segmentación	Geográfica	Turismo receptor Turismo interno	Ibarra Otavalo Cotacachi

Elaborado por: El autor

#### 3.6.2 Micro segmentación

En cuanto a micro segmentación se ha tomado la variable demográfica donde se escoge los segmentos comparativos de turistas nacionales, extranjeros y edad productiva, considerando como edad productiva a las personas que se encuentran entre las edades de 26 a 60 años.

Tabla N° 11 Variables de micro segmentación

Tipo de segmentación	Tipo de variable	Nombre de la variable	Segmentos
Micro segmentación	Demográfica	Edad Tipos de Turistas	Edad productiva Turistas Nacionales Turistas Extranjeros

Elaborado por: El autor

#### 3.6.3 Mercado meta

El mercado objetivo al cual se pretende llegar a través del proyecto serán los turistas tanto nacionales y extranjeros que se encuentren en una edad productiva que visitan el cantón Otavalo,

los cuales representan el 65% de todos los turistas que visitan Otavalo. Además una vez que el hostel haya obtenido prestigio se pretende lograr una aceptación de los turistas a nivel provincial con el objetivo de aumentar el tamaño del mercado meta.

### **3.7 Cálculo de la muestra**

Para calcular la muestra se ha tomado en cuenta a los turistas nacionales y extranjeros que visitan el cantón Otavalo, y además que se encuentran entre las edades de 26 a 60 años, considerados como edad productiva, la cantidad de turistas con estas características que visitan el cantón es de 162500 turistas, es decir personas que tienen la capacidad de obtener ingresos para poder adquirir los servicios que ofrece el hostel, siendo este dato la población total, de los cuales el 51% de los turistas hacen una visita que dura alrededor de 5 horas debido a la cercanía de Quito y la facilidad para desplazarse, en cuanto al 49% de los visitantes se quedan al menos hospedados una noche, además para este cálculo se trabajará con un margen de error del 5% y un nivel de confianza del 95%.

#### **3.7.1 Formula**

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot d^2}{(N-1) \cdot e^2 + Z^2 \cdot d^2}$$

$$n = \frac{187500 \cdot (1.95)^2 \cdot (0.25)^2}{(250000-1) \cdot (0.05)^2 + (1.95)^2 \cdot (0.25)^2}$$

$$n = 384$$

### **3.8 Técnicas e instrumentos de información**

Para la recolección de datos se utilizaron las siguientes fuentes de información:



### **3.8.1 Información primaria**

#### **Encuesta**

Es un instrumento de investigación que permite recopilar datos de una población o muestra, dicho instrumento fue aplicada a los turistas nacionales y extranjeros que visitan el cantón Otavalo, como también a los propietarios o administradores de los establecimientos que ofrecen servicios turísticos de alojamiento y alimentación.

#### **Formato de la encuesta**

### **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

#### **FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

La presente encuesta tiene como objetivo obtener información que permita establecer la factibilidad para la implementación de un Hostal en la Cascada de Peguche, Ciudad de Otavalo, provincia de Imbabura.

Conteste marcando con una (X) los casilleros en blanco la respuesta de su elección.

1.- ¿Usted visita el cantón Otavalo por qué motivo?

Visita familiar	(   )
Trabajo	(   )
Recreación	(   )
Paseo	(   )
Compras	(   )

2.- ¿Cuándo viaja a Otavalo generalmente lo hace acompañado por?

Solo	(   )
Una persona	(   )
Dos personas	(   )
Tres personas	(   )
Cuatro personas	(   )
Cinco o más personas	(   )

3.- ¿Cuántas veces al año visita Otavalo?

Mensualmente	(   )
--------------	-------

Trimestralmente ( )  
Anualmente ( )  
Solamente en festividades tradicionales del lugar ( )

4.- ¿Cuándo visita Otavalo lo realiza con?

Familiares ( )  
Amigos ( )  
Solo ( )  
Pareja ( )  
Otros ( ) ¿Cuáles? \_\_\_\_\_

5.- ¿Cuándo visita Otavalo pernocta en algún lugar del cantón?

Sí ( ) No ( )

6.- ¿Cuándo visita Otavalo, que tiempo permanece en la ciudad?

Menos de 24 horas ( )  
De Uno a dos días ( )  
De tres a cuatro días ( )  
De cinco a seis días ( )  
De siete o más ( )

7.- ¿Cuál es el lugar de preferencia que suele visitar en Otavalo?

Plaza de Ponchos ( )  
Cascada de Peguche ( )  
Laguna de San Pablo ( )  
Laguna de Mojanda ( )

8.- ¿A través de qué medios de comunicación se informa sobre lugares turísticos?

Televisión ( )  
Prensa ( )  
Radio ( )  
Internet ( )  
Revistas ( )

9.- ¿Usted cuando viaja por lo general en qué lugar se hospeda?

Hostería ( )  
Hotel ( )  
Hostal ( )  
Casa de familiares o amigos ( )

10.- ¿Cuándo desea contratar un servicio de hospedaje lo realiza a través de?

Agencias de viajes ( )  
 Forma Independiente ( )  
 Vía internet ( )  
 Vía telefónica ( )  
 Otros ( ) ¿Cuáles? \_\_\_\_\_

11.- ¿Qué servicios adicionales le gustaría que existiese en el lugar donde se aloja?

Lavandería ( )  
 Internet ( )  
 Área infantil ( )  
 Bar ( )

12.- ¿Le gustaría hospedarse en el sector de la Cascada de Peguche con vista al río?

Sí ( ) No ( )

13.- ¿Qué servicios le gustaría que ofrezca el Hostal?

Hospedaje ( )  
 Alimentación ( )  
 Guías Turísticos ( )  
 Áreas recreativas ( )

14.- ¿Una de las razones para que usted se decida por un lugar de alojamiento es?

Precio ( )  
 Infraestructura ( )  
 Lugar de ubicación ( )  
 Atención al cliente ( )

15.- ¿Qué infraestructura de hostería es de su elección para pasar la noche?

Moderno ( )  
 Rustico ( )  
 De lujo ( )  
 Tradicional ( )

16.- ¿En promedio cuánto gasta al día cuando contrata los servicios de:

Alojamiento

20-25 ( )  
 26-30 ( )  
 31-35 ( )  
 36-40 ( )  
 Más de 40 dólares ( )

Alimentación

Menos de 4	( )
4-8	( )
9-13	( )
14-18	( )
Más de 18	( )

17.- ¿Cuánto estaría dispuesto por pagar por un servicio de guía turístico?

20-25	( )
26-30	( )
31-35	( )
Más de 35	( )

18.- ¿Habitualmente la forma de pago con la que cancela sus gastos de hospedaje es?

Efectivo	( )
Tarjetas de crédito	( )
Transferencias bancarias	( )
Cheque	( )

### **3.8.2 Información secundaria**

Dicha información fue obtenida de páginas web, libros, registros o documentos relacionados al

INEC, Ministerios de Turismo y GAD Otavalo, entre otros.

### 3.9 Tabulación y análisis de la encuesta.

1.- ¿Usted visita el cantón Otavalo por qué motivo?

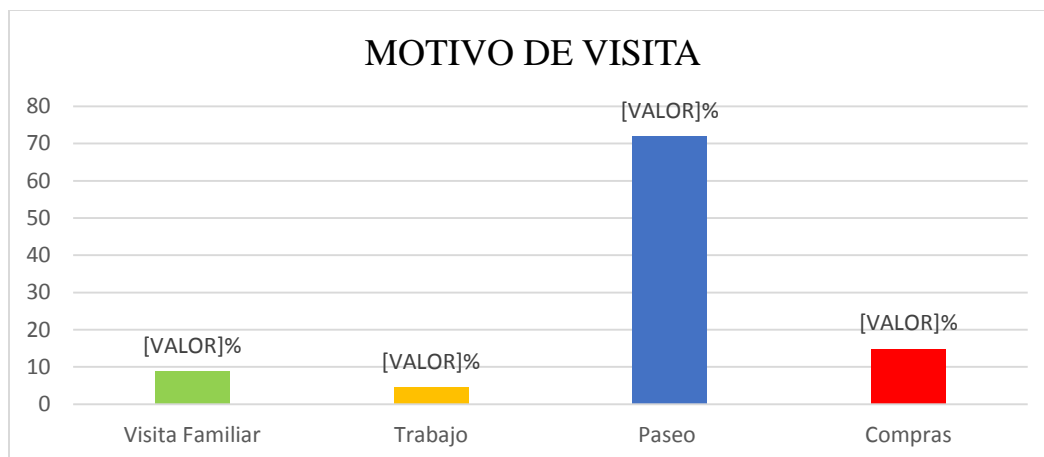
Tabla N° 12 Motivo de visita

Alternativa	Frecuencia	%
<b>Visita Familiar</b>	34	9
<b>Trabajo</b>	17	4
<b>Paseo</b>	276	72
<b>Compras</b>	57	15
<b>Total</b>	384	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El autor

Gráfico N° 15



### ANÁLISIS

El paseo es el principal motivo por el cual visitan los turistas el cantón Otavalo, debido a que representa el 72% de los encuestados, puesto que a través de esta actividad los visitantes pueden recorrer los distintos atractivos turísticos del lugar, también el 15% de turistas encuestados, les atrae las actividades de compras que pueden realizar, debido a la infinidad y belleza de las artesanías que se elaboran a nivel cantonal, puesto que estos productos representan una parte de la cultura otavaleña que encantan a los turistas.

2.- ¿Cuándo viaja a Otavalo generalmente lo hace acompañado por?

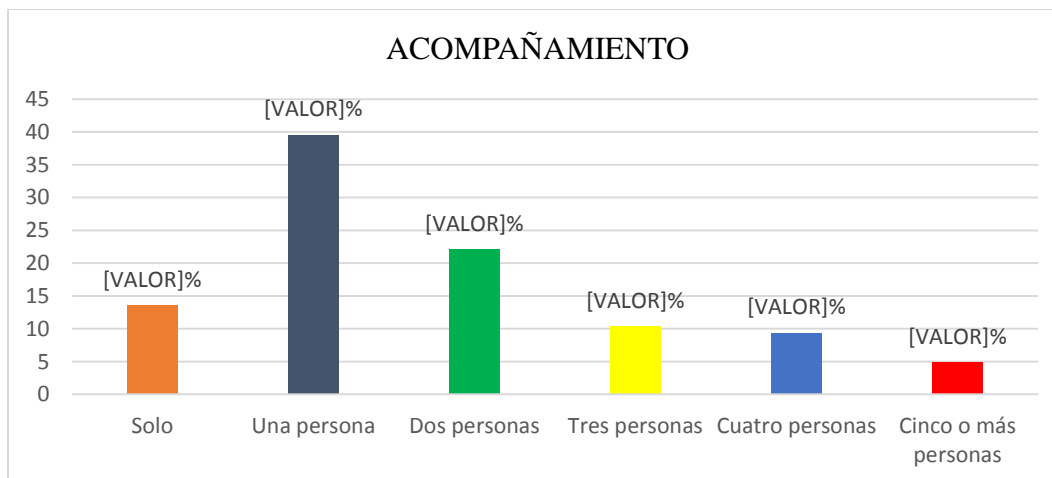
Tabla N° 13 Acompañamiento

Alternativa	Frecuencia	%
<b>Solo</b>	52	14
<b>Una persona</b>	152	40
<b>Dos personas</b>	85	22
<b>Tres personas</b>	40	10
<b>Cuatro personas</b>	36	9
<b>Cinco o más personas</b>	19	5
<b>Total</b>	384	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El autor

Gráfico N° 16



## ANÁLISIS

Se puede apreciar que el 40% de los turistas visitan Otavalo acompañados de una persona, pero en menor cantidad un 22% también lo realizan acompañados de dos personas, sin embargo el 14% de turistas prefieren visitar el lugar sin ninguna compañía, todos estos aspectos son muy importantes a tener en consideración para la oferta del servicio.

### 3.- ¿Cuántas veces al año visita Otavalo?

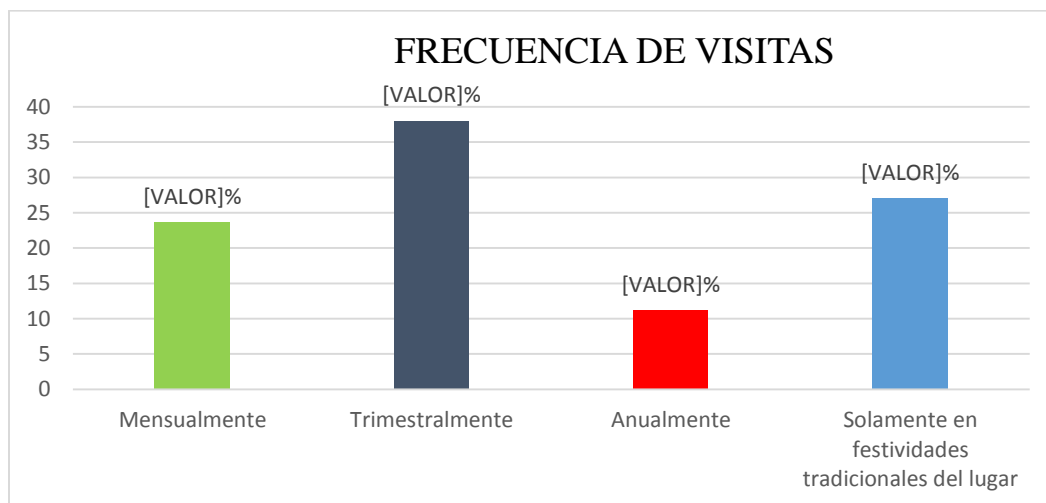
Tabla N° 14 Frecuencia de visitas

Alternativa	Frecuencia	%
Mensualmente	91	24
Trimestralmente	146	38
Anualmente	43	11
Solamente en festividades tradicionales del lugar	104	27
Total	384	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El autor

Gráfico N° 17



### ANÁLISIS

El 38% de turistas visitan Otavalo de forma trimestral, sin embargo las festividades tradicionales del lugar también atraen una gran parte de los turistas que recibe el cantón, también el 24% de los visitantes optan por acudir de manera mensual al lugar, este aspecto es muy importante ya que será tomado en cuenta para medir la afluencia de turistas y las épocas de su preferencia para realizar las visitas.

#### 4.- ¿Cuándo visita Otavalo lo realiza con?

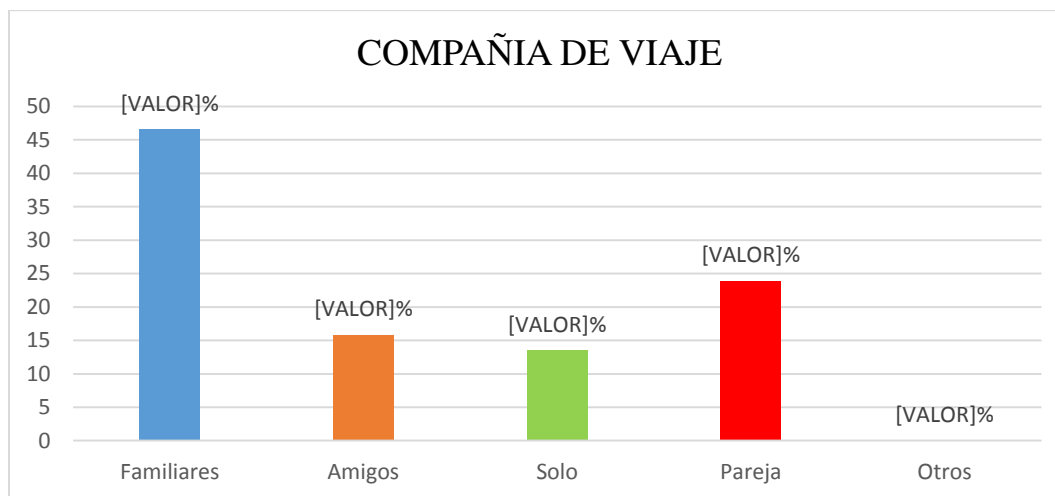
Tabla N° 15 Compañía de viaje

Alternativa	Frecuencia	%
Familiares	179	47
Amigos	61	16
Solo	52	14
Pareja	92	24
Otros	0	0
Total	384	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El autor

Gráfico N° 18



#### ANÁLISIS

El 47% de los turistas encuestados determinan que la mejor opción para visitar el lugar es con la familia, un 24% prefiere viajar en compañía de su pareja y en menor proporción acompañado por amigos o de forma individual es decir solo sin la compañía de nadie, aspectos que se considerarán para la adecuación de las habitaciones del hostel y los servicios complementarios a ofrece.



5.- ¿Cuándo visita Otavalo pernocta en algún lugar del cantón?

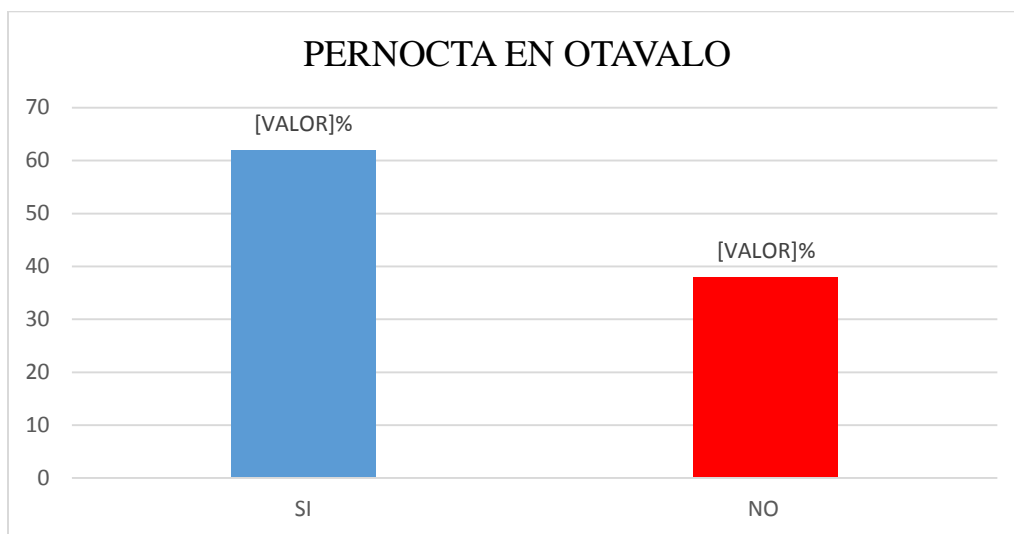
Tabla N° 16 Pernoctación en Otavalo

Alternativa	Frecuencia	%
Si	238	62
No	146	38
Total	384	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El autor

Gráfico N° 19



## ANÁLISIS

A través de este estudio se su puede concluir que el 62% de turistas que visitan el sector pasan la noche en algún lugar del cantón Otavalo, ya sea en cierto establecimiento que ofrece los servicios de hospedaje o en la casa de familiares o amigos, sin embargo un índice mucho más bajo manifiesta que no pernoctan en algún lugar del cantón, este es un aspecto importante a tomar en cuenta en las estrategias de comercialización.

6.- ¿Cuándo visita Otavalo, que tiempo permanece en la ciudad?

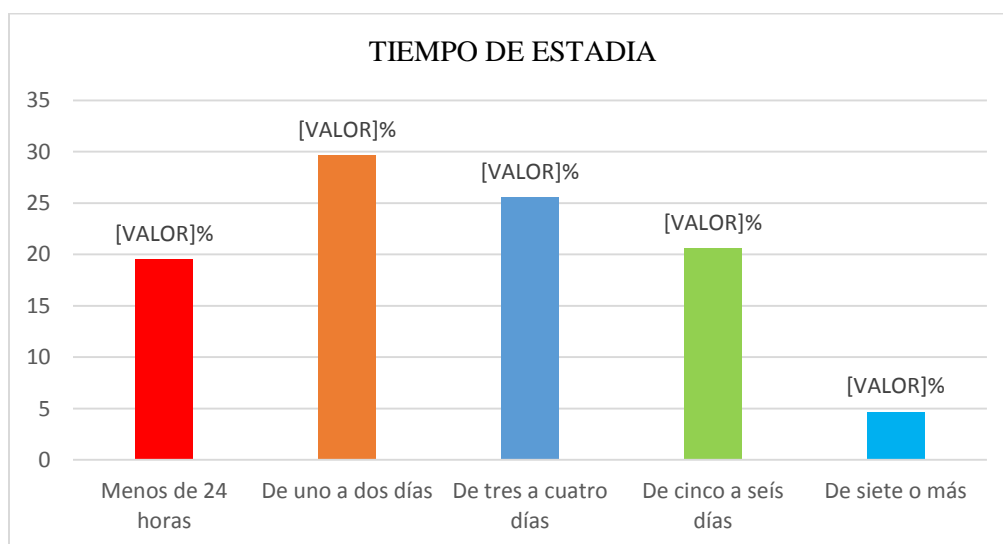
Tabla N° 17 Tiempo de estadía

Alternativa	Frecuencia	%
Menos de 24 horas	75	20
De uno a dos días	114	30
De tres a cuatro días	98	26
De cinco a seis días	79	21
De siete o más	18	5
Total	384	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El autor

Gráfico N° 10



## ANÁLISIS

Se puede establecer que el tiempo de permanencia de los turistas en Otavalo es de uno a dos días, debido a que el 30% de encuestados manifiestan que es el tiempo adecuado para llevar a cabo sus actividades, pero sin embargo se puede determinar que el 26% de turistas prefieren permanecer en el sector por tres o cuatro días, aunque se puede apreciar también que los visitantes no permanecen en Otavalo por un tiempo no mayor a un día. Este es un dato que permitirá saber el nivel de rotación de los turistas en el cantón.

7.- ¿Cuál es el lugar de preferencia que suele visitar en Otavalo?

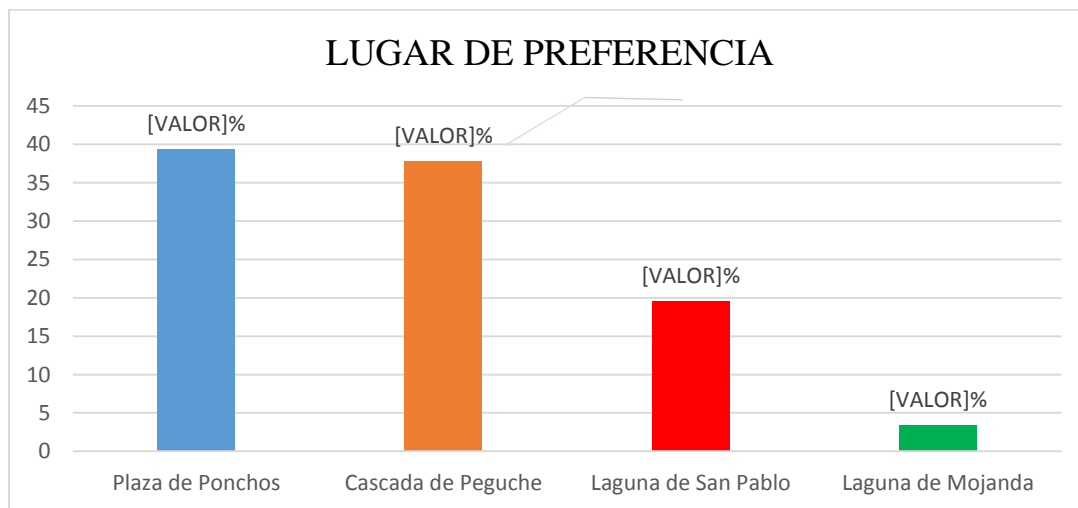
Tabla N° 18 Lugar de frecuencia

Alternativa	Frecuencia	%
Plaza de Ponchos	151	39
Cascada de Peguche	145	38
Laguna de San Pablo	75	20
Laguna de Mojanda	13	3
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El autor

Gráfico N° 11



## ANÁLISIS

Una gran cantidad de turistas tanto nacionales como extranjeros seleccionaron a la Plaza de Ponchos y la cascada de Peguche como los lugares de su preferencia al momento de visitar Otavalo, puesto que la diferencia porcentual entre ambos lugares es tan solo del 1%, pero también la laguna de San Pablo posee gran acogida por parte de los turistas al momento de acudir al cantón. Este es un aspecto muy importante que fortalece la decisión de ubicación del proyecto; y ayudará a la planificación de excursiones o visitas a otros sitios turísticos para quienes se alojen en el hostel del proyecto.

8.- ¿A través de qué medios de comunicación se informa sobre lugares turísticos?

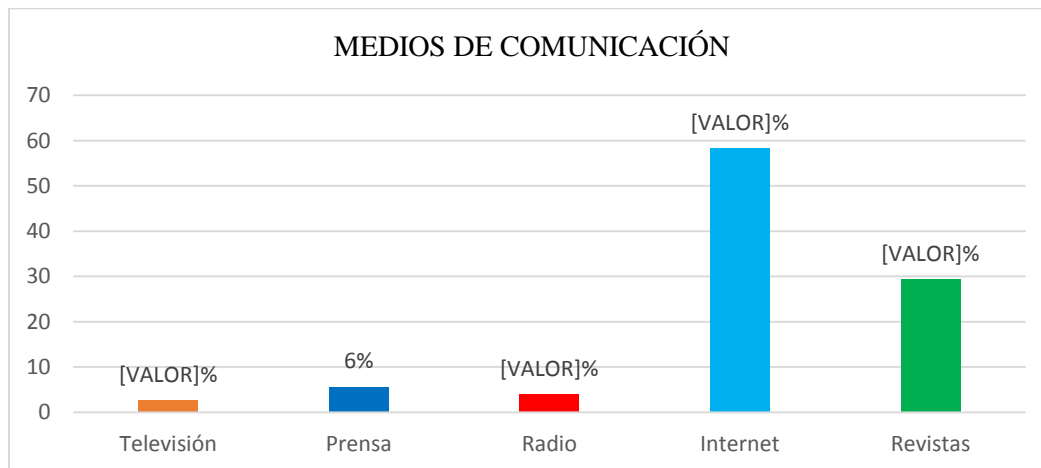
Tabla N° 19 Lugar de frecuencia

Alternativa	Frecuencia	%
<b>Televisión</b>	11	3
<b>Prensa</b>	23	6
<b>Radio</b>	16	4
<b>Internet</b>	237	58
<b>Revistas</b>	119	29

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El autor

Gráfico N° 12



## ANÁLISIS

El medio de comunicación más utilizado por los turistas para informarse acerca de los lugares que desean visitar es el internet debido a que este representa el 58% del total de medios utilizados, ya que debido a los grandes avances tecnológicos es la fuente de información más frecuentada para conocer o mirar diferentes lugares alrededor del mundo, otra opción son las revistas que aunque en menor porcentaje es uno de los medios preferidos por los cuales los turistas se informan acerca de los sitios que desean visitar. Este dato permitirá fijar el medio por el cual se promocionará el hostel.

9.- ¿Usted cuando viaja por lo general en qué lugar se hospeda?

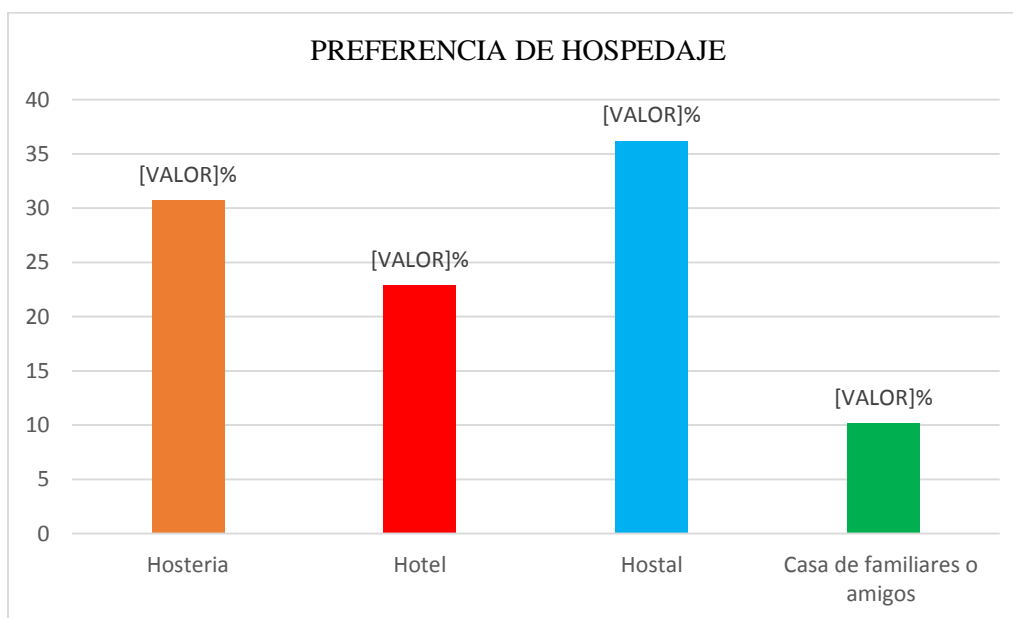
Tabla N° 20 Preferencia de hospedaje

Alternativa	Frecuencia	%
<b>Hostería</b>	118	31
<b>Hotel</b>	88	23
<b>Hostal</b>	139	36
<b>Casa de familiares o amigos</b>	39	10
<b>Total</b>	384	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El autor

Gráfico N° 13



## ANÁLISIS

El 36% de turistas deciden alojarse en hostales, sin embargo se puede observar como segunda opción las hosterías las cuales en su mayoría se encuentran ubicados a las afueras de las ciudades, y también se puede observar aunque en menor cantidad que los turistas optan por alojarse en los hoteles.

10.- ¿Cuándo desea contratar un servicio de hospedaje lo realiza a través de?

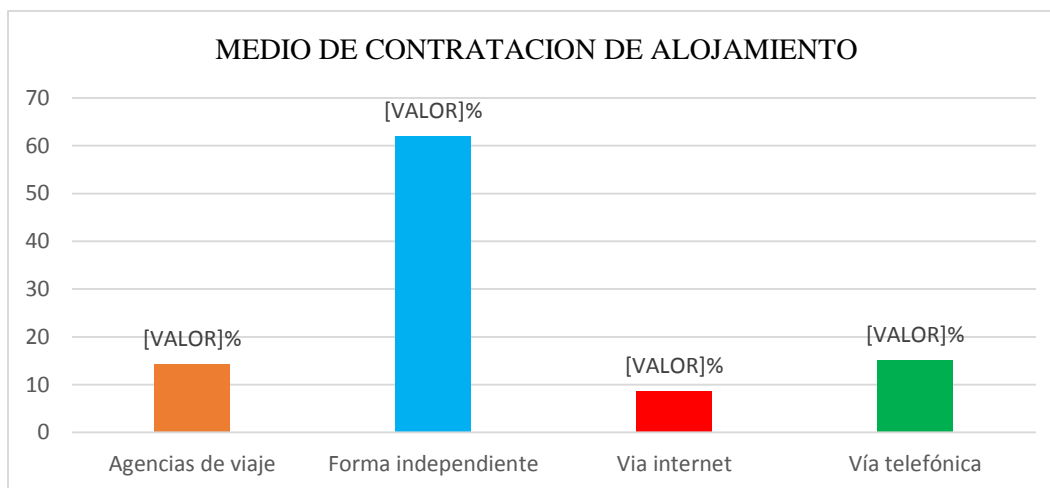
Tabla N° 21 Medio de contratación de alojamiento

Alternativa	Frecuencia	%
Agencias de viaje	55	14
Forma independiente	238	62
Vía internet	33	9
Vía telefónica	58	15
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El autor

Gráfico N° 14



## ANÁLISIS

El 62% de turistas prefiere contratar los servicios de hospedaje de manera independiente, es decir acercarse de forma personal al establecimiento para reservar el servicio, en una cantidad considerablemente menor, un 15% prefieren hacerlo de forma telefónica, sin embargo en un porcentaje casi igual realizan esta actividad a través de las agencias de viaje. Este aspecto es muy importante ya que permitirá tomar la decisión si se realiza alianzas estratégicas o se trabaja de forma independiente.

11.- ¿Qué servicios adicionales le gustaría que existiese en el lugar donde se aloja?

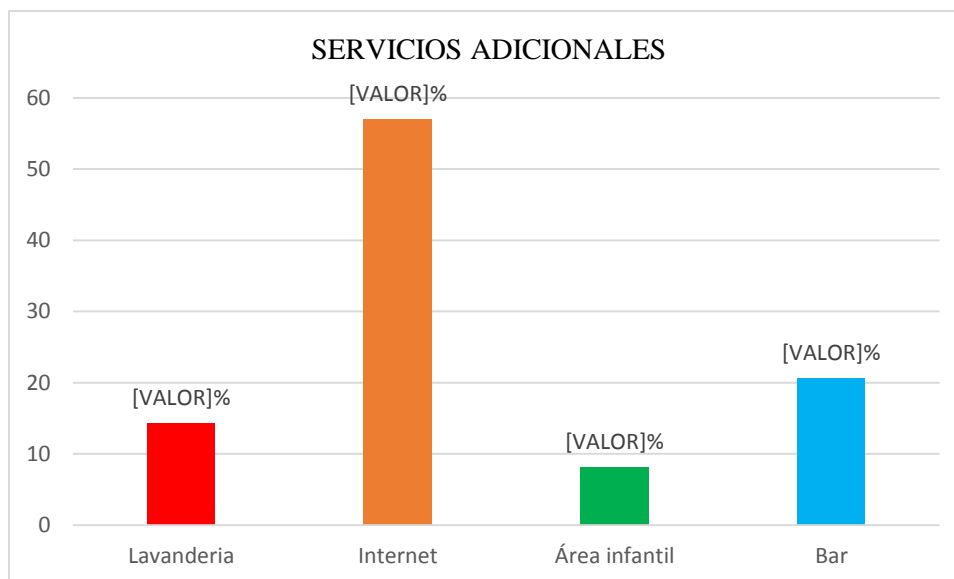
Tabla N° 22 Servicios adicionales

Alternativa	Frecuencia	%
<b>Lavandería</b>	55	14
<b>Internet</b>	219	57
<b>Área infantil</b>	31	8
<b>Bar</b>	79	21
<b>Total</b>	384	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El autor

Gráfico N° 15



## ANÁLISIS

El 57% de personas encuestadas prefieren como servicio adicional la conexión a internet, debido a que la mayoría cuenta con dispositivos tecnológicos con capacidad de conexión wifi, en menor proporción se puede observar que los turistas también desean un servicio de bar, en el cual pueden distraerse y relajarse, esta información es muy útil para determinar los servicios adicionales que se pueden ofrecer en el proyecto.

12.- ¿Le gustaría hospedarse en el sector de la Cascada de Peguche con vista al río?

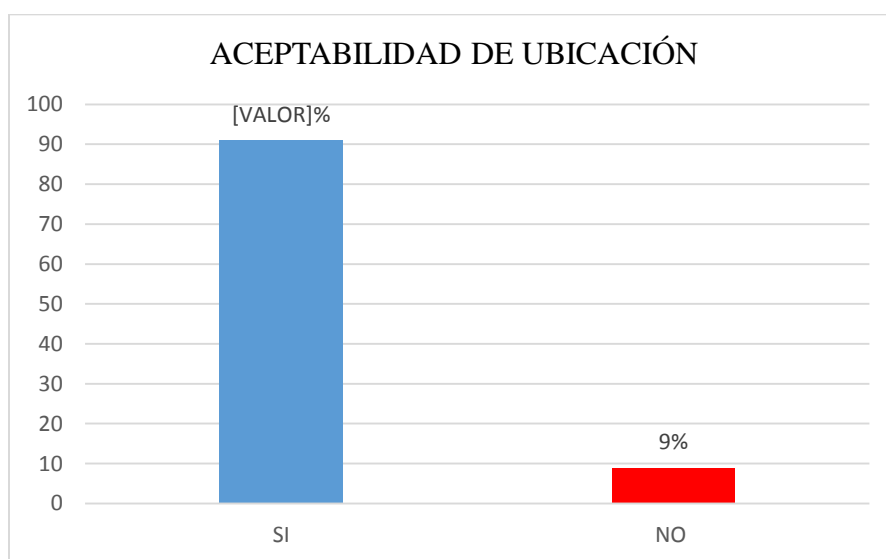
Tabla N° 23 Aceptabilidad de ubicación

Alternativa	Frecuencia	%
Si	349	91
No	35	9
Total	384	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El autor

Gráfico N° 16



## ANÁLISIS

Existe una gran aceptación por parte de los turistas para hospedarse en un establecimiento ubicado en la cascada de Peguche, debido a que la mayor parte de los turistas conocen el maravilloso paisaje natural que posee el lugar, mientras que una pequeña minoría no le atrae la idea de hospedarse en el sector, un aspecto que servirá para el diseño de las estrategias de comercialización.



### 13.- ¿Qué servicios le gustaría que ofrezca el Hostal?

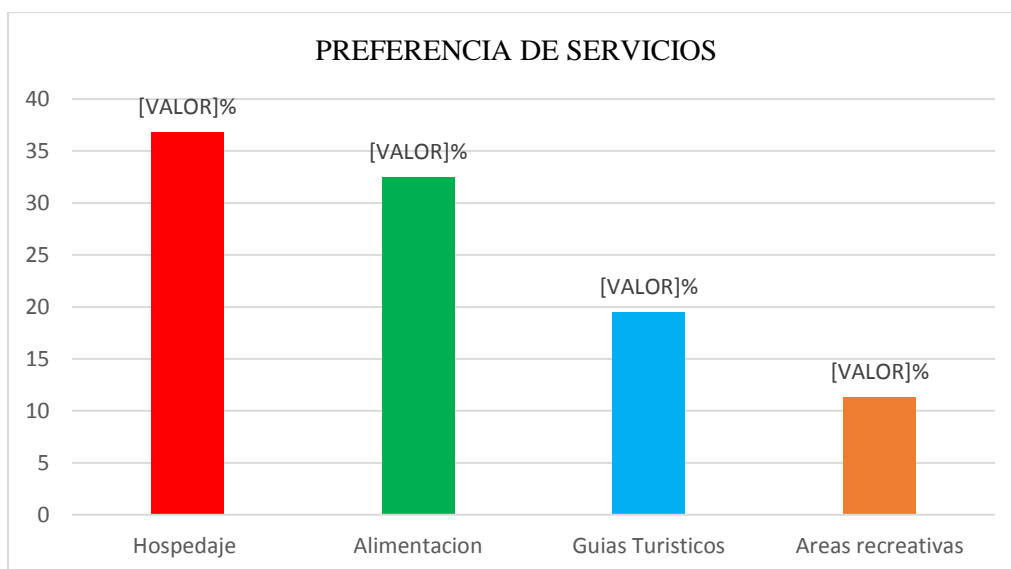
Tabla N° 24 Preferencia de servicios

Alternativa	Frecuencia	%
Hospedaje	378	37
Alimentación	334	32
Guías Turísticos	200	19
Áreas recreativas	116	11

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El autor

Gráfico N° 17



### ANÁLISIS

No se consideró el total debido a que a la mayoría de los encuestados les gustaría que el hostal ofrezca más de un servicio. El servicio de alojamiento es el que más destaca seguido del de alimentación y guías turísticas, estos tres servicios serían los de mayor preferencia por parte de los turistas, este aspecto es muy importante para la parte de los servicios que se ofrecerían en el hostal.

14.- ¿Una de las razones para que usted se decida por un lugar de alojamiento es?

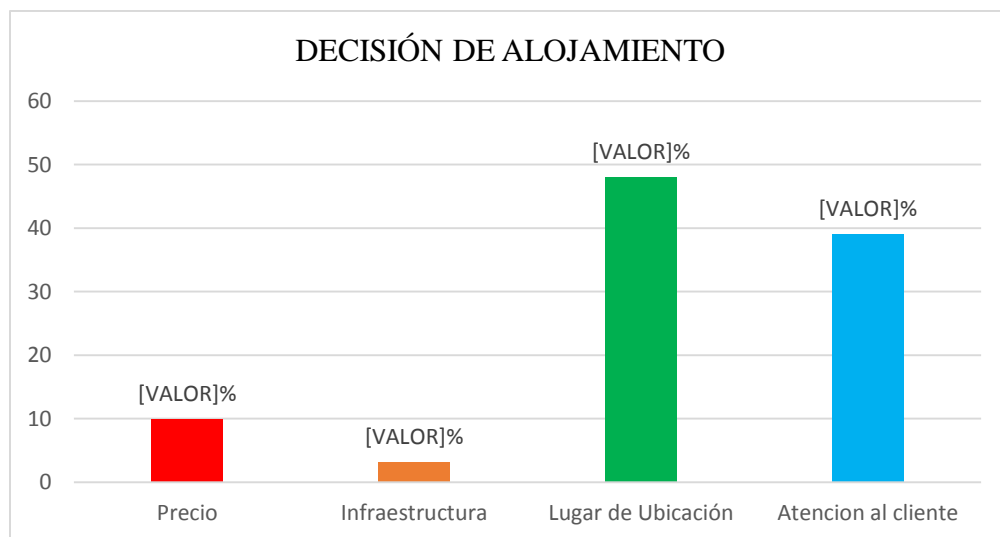
Tabla N° 25 Decisión de alojamiento

Alternativa	Frecuencia	%
<b>Precio</b>	38	10
<b>Infraestructura</b>	12	3
<b>Lugar de Ubicación</b>	184	48
<b>Atención al cliente</b>	150	39
<b>Total</b>	384	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El autor

Gráfico N° 18



## ANÁLISIS

El 48% de las personas encuestadas determina que una de las razones que mayor incidencia tiene sobre el lugar donde alojarse es el sitio de ubicación del establecimiento, esto refleja lo importante que es determinar la localización ideal del proyecto, sin embargo el 39% determina que otro factor que influye es la atención al cliente, aunque este en menor proporción como se puede observar en el gráfico.

15.- ¿Qué infraestructura de hostel es de su elección para pasar la noche?

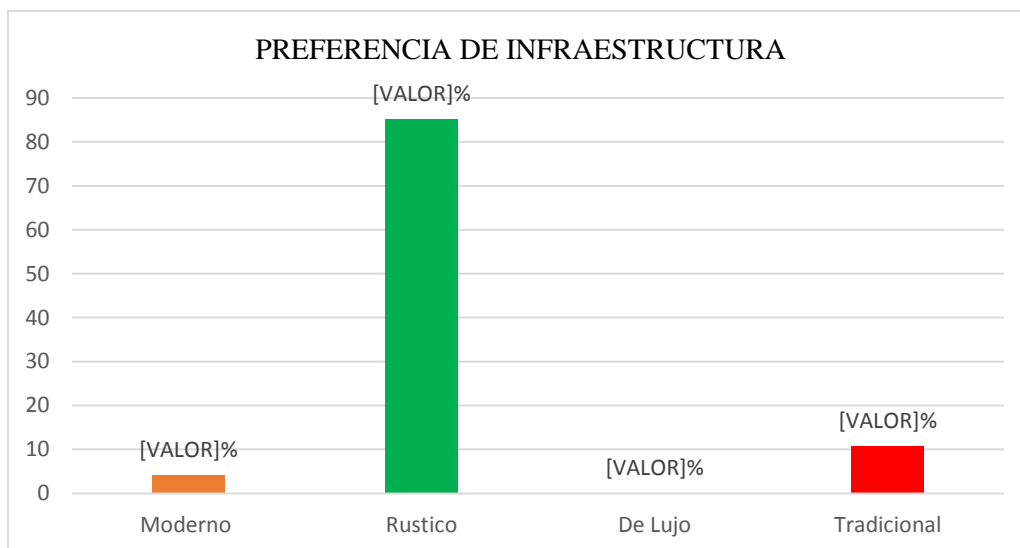
Tabla N° 26 Preferencia de infraestructura

Alternativa	Frecuencia	%
<b>Moderno</b>	16	4
<b>Rustico</b>	327	85
<b>De Lujo</b>	0	0
<b>Tradicional</b>	41	11
<b>Total</b>	384	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El autor

Gráfico N° 19



## ANÁLISIS

El 85% de turistas prefieren los establecimientos con infraestructura rústica para hospedarse, siendo este modelo de establecimientos los que tienen mayor acogida en comparación con los modelos tradicionales o modernos lugares de alojamiento, este aspecto también es muy importante para la adecuación y decoración del hostel.

16.- ¿Cuánto gasta en promedio cuando contrata los servicios de?

a) ALOJAMIENTO

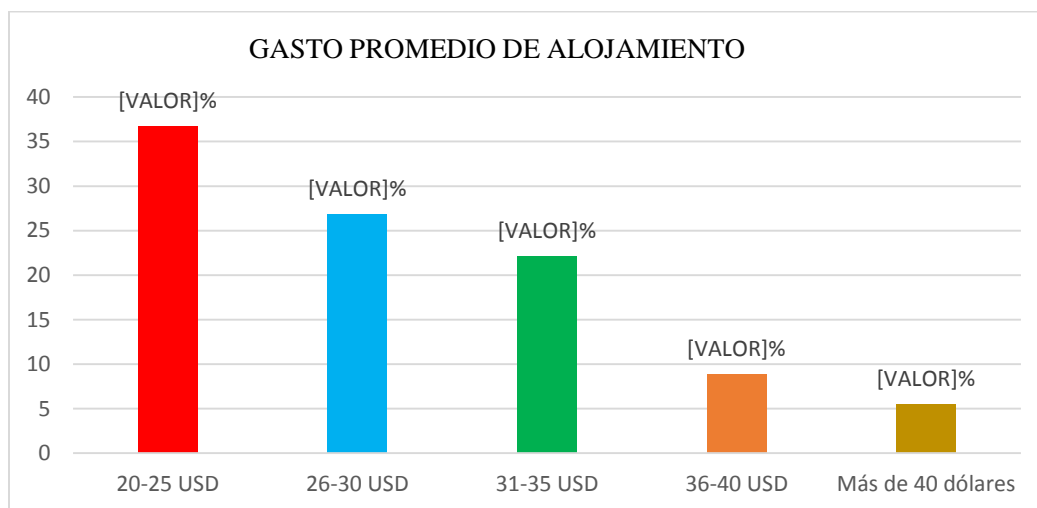
Tabla N° 27 Gasto promedio de alojamiento

Alternativa	Frecuencia	%
20-25 USD	141	37
26-30 USD	103	27
31-35 USD	85	22
36-40 USD	34	9
Más de 40 dólares	21	5
Total	384	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El autor

Gráfico N° 20



## ANÁLISIS

Se puede concluir que el mayor porcentaje es decir el 37% de turistas encuestados gastan en promedio por una noche de alojamiento entre 20 y 25 dólares, mientras que un porcentaje menor el 27% gastan entre 26 a 30 dólares por dicho servicio, además el 22% de los turistas manifiestan que su gasto promedio es de 31 a 35 dólares. Este aspecto es un elemento fundamental para la fijación del precio del servicio del proyecto.

## b) ALIMENTACIÓN

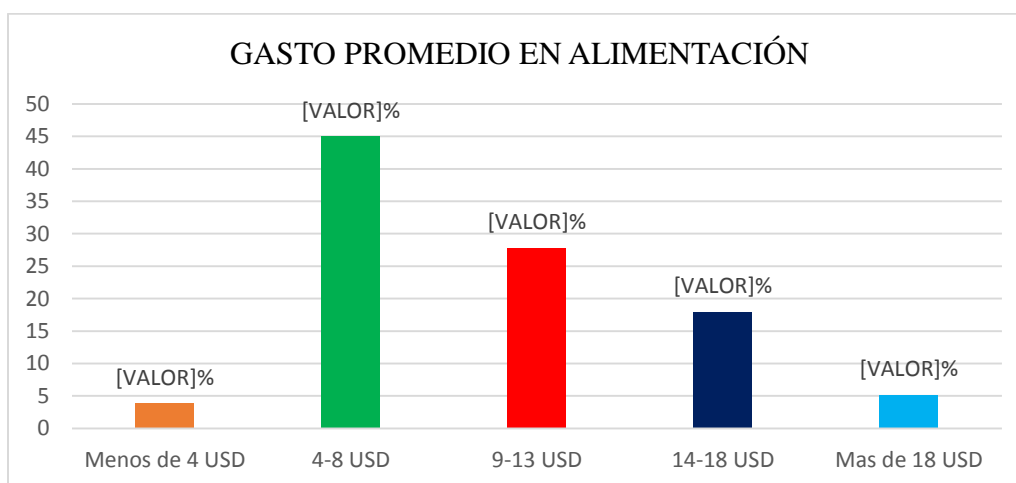
Tabla N° 28 Gasto promedio en alimentación

Alternativa	Frecuencia	%
Menos de 4 dólares	15	4
4-8 USD	173	45
9-13 USD	107	28
14-18 USD	69	18
Más de 18 dólares	20	5
Total	384	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El autor

Gráfico N° 21



## ANÁLISIS

El 45% de los turistas encuestados gastan en promedio de 9 a 13 dólares por el servicio de alimentación dependiendo del plato que desean servirse, sin embargo el 28% de los encuestados manifiestan que sus gastos oscilan entre los 4 a 8 dólares, además el 18% de turistas gasta entre 9 a 13 dólares, un aspecto muy importante para el análisis de la fijación del precio de dicho servicio.

17.- ¿Cuánto estaría dispuesto por pagar por un servicio de guía turístico?

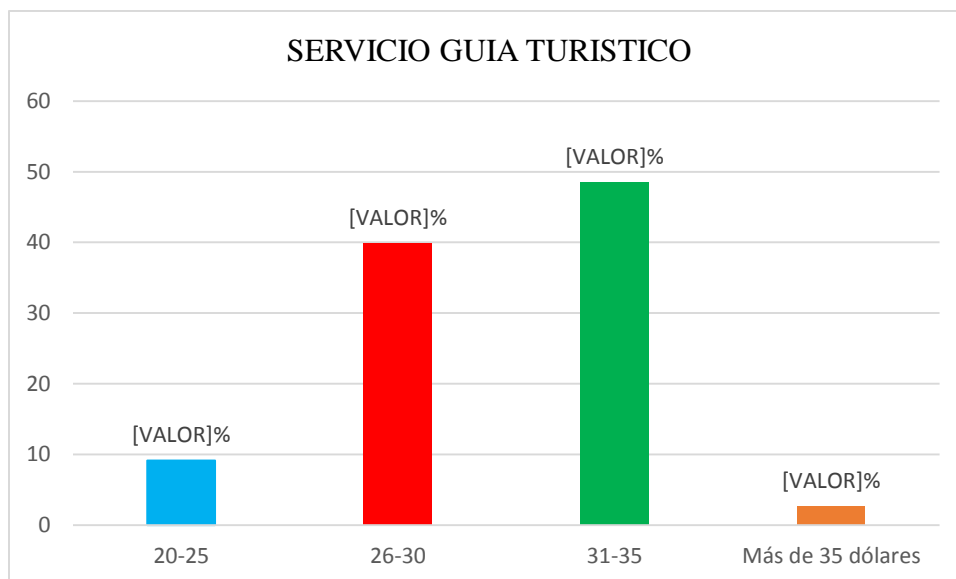
Tabla N° 29 Servicio guía turística

Alternativa	Frecuencia	%
20-25	35	9
26-30	153	40
31-35	186	48
Más de 35 dólares	10	3
Total	384	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El autor

Gráfico N° 22



## ANÁLISIS

Se puede determinar que el 48% de los turistas encuestados estarían dispuestos a pagar entre 31 a 35 dólares por un servicio de guía turístico, aunque un índice un poco menor aceptarían pagar entre 26 a 30 dólares, lo cual es un dato muy importante que será analizado para la fijación del precio.

18.- ¿Habitualmente la forma de pago con la que cancela sus gastos de hospedaje es?

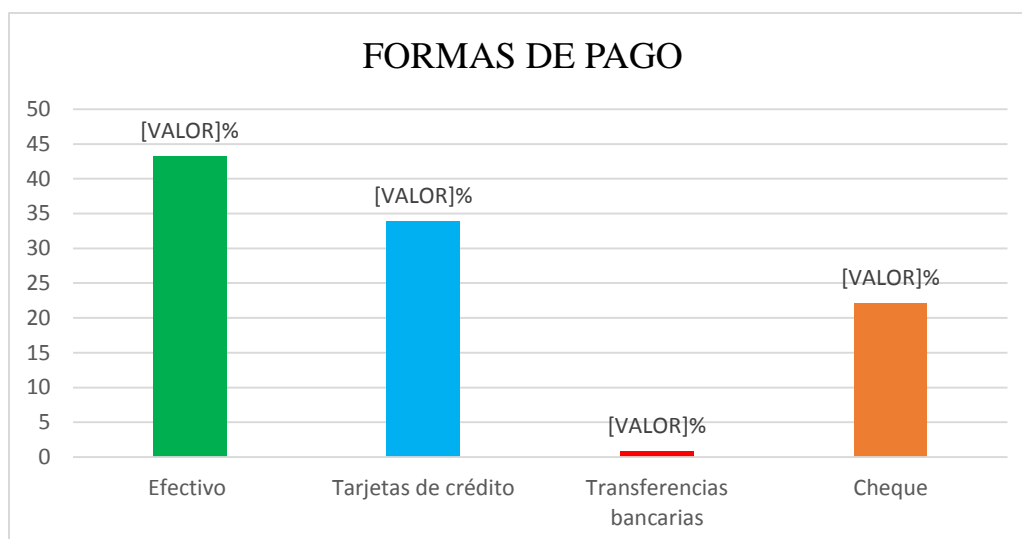
Tabla N° 30 Formas de pago

Alternativa	Frecuencia	%
Efectivo	166	43
Tarjetas de crédito	130	34
Transferencias bancarias	3	1
Cheque	85	22
Total	384	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El autor

Gráfico N° 23



## ANÁLISIS

El 43% de los turistas prefieren cancelar sus gastos de hospedaje en efectivo, agilitando el servicio de cobro, sin embargo otra forma de pago utilizada en menor porcentaje por los turistas son las tarjetas de crédito y los cheques, los cuales son aceptados en la mayoría de establecimientos de servicios turísticos, este es un aspecto muy importante a considerar para la oferta del servicio, pues determinara las facilidades que se debe brindar al momento de cancelar los servicios.

### 3.10 Demanda

El cantón Otavalo es uno de los lugares que tiene una gran afluencia de turistas nacionales y extranjeros a nivel nacional, por lo que es muy importante estudiar la demanda de algún tipo de bien o servicio turístico dentro del cantón, ya que estos son considerados los posibles clientes potenciales del proyecto.

#### 3.10.1 Demanda histórica

Mediante el siguiente cuadro se puede observar la afluencia de turistas tanto nacionales como extranjeros que se encuentran en una edad productiva que visitaron el cantón Otavalo en los años 2009 a 2015.

Tabla N° 31 Flujo de la demanda histórica

Años	Flujo histórico de turistas nacionales y extranjeros	$i=(Cn/Co)-1$
2009	147420	
2010	148850	0,01
2011	152100	0,02
2012	155285	0,02
2013	157307	0,01
2014	160940	0,02
2015	187500	0,17
Total		0,25

Fuente: Ministerio de Turismo

Elaborado por: El autor

$$\frac{\sum i}{n} = \text{Tasa de crecimiento promedio}$$

$$\frac{0.25}{6} = 0.042 \longrightarrow 4\%$$



La tasa de crecimiento anual de turistas que visitan Otavalo durante los períodos analizados es del 4%, dato que se utilizará como base para el cálculo de la proyección de la demanda.

### 3.10.2 Proyección de la demanda

Para el cálculo de la proyección de la demanda se considerará como base la cantidad de turistas que llegaron a Otavalo en el año 2015, y además se tendrá en cuenta la tasa promedio de crecimiento, dato deducido a partir de la información histórica obtenida.

La demanda potencial para el servicio de hospedaje se obtuvo del 49% del total de turistas proyectados que visitan Otavalo y se encuentran entre las edades consideradas productivas.

Tabla N° 32 Proyección de la demanda para el servicio de alojamiento

<b>Años</b>	<b>Proyección de la demanda en número de turistas</b>	<b>Número de Turistas que se alojan al menos una noche en Otavalo (49%)</b>
<b>2016</b>	195426	95759
<b>2017</b>	203686	99806
<b>2018</b>	212296	104025
<b>2019</b>	221270	108422
<b>2020</b>	230623	113005
<b>2021</b>	240372	117782
<b>2022</b>	250532	122761
<b>2023</b>	261122	127950
<b>2024</b>	272160	133358
<b>2025</b>	283664	138995

Elaborado por: El autor

Para la determinación de los posibles clientes potenciales para el servicio de restaurante que se plantea implementar en el proyecto, se obtuvo del 19% del total de turistas proyectados, debido a que este porcentaje representa la cantidad de turistas que visitan la cascada de Peguche según el plan de turismo de Otavalo del año 2015.

Tabla N° 33 Proyección de la demanda para el servicio de restaurante

<b>Años</b>	<b>Proyección de la demanda en número de turistas</b>	<b>Número de Turistas que visitan la cascada de Peguche (19%)</b>
<b>2016</b>	195426	37131
<b>2017</b>	203686	38700
<b>2018</b>	212296	40336
<b>2019</b>	221270	42041
<b>2020</b>	230623	43818
<b>2021</b>	240372	45671
<b>2022</b>	250532	47601
<b>2023</b>	261122	49613
<b>2024</b>	272160	51710
<b>2025</b>	283664	53896

Elaborado por: El autor

Con la finalidad de determinar la demanda potencial total se agrupo tanto a la demanda potencial del servicio de alojamiento y la del servicio de restaurante.

Tabla N° 34 Proyección de la demanda potencial total

<b>Años</b>	<b>Número de Turistas que se alojan al menos una noche en Otavalo (49%)</b>	<b>Número de Turistas que visitan la cascada de Peguche (19%)</b>	<b>Demanda potencial total</b>
<b>2016</b>	95759	37131	132889
<b>2017</b>	99806	38700	138507
<b>2018</b>	104025	40336	144361
<b>2019</b>	108422	42041	150464
<b>2020</b>	113005	43818	156824
<b>2021</b>	117782	45671	163453
<b>2022</b>	122761	47601	170362
<b>2023</b>	127950	49613	177563
<b>2024</b>	133358	51710	185069
<b>2025</b>	138995	53896	192892

Elaborado por: El autor

### 3.11 Tabulación y análisis de la encuesta

Resultados de la encuesta aplicado a los propietarios o administradores de los establecimientos turísticos.

## **Formato de la encuesta**

### **UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE**

#### **FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS**

La presente encuesta tiene como objetivo determinar la calidad y capacidad instalada que tienen los establecimientos que ofertan servicios turísticos en el cantón Otavalo, con la finalidad de crear un Hostal en la Cascada de Peguche, Ciudad de Otavalo, provincia de Imbabura.

Conteste marcando con una (X) los casilleros en blanco la respuesta de su elección.

1. ¿Cuál es el tiempo que lleva en la actividad turística?

Menos de 2 años (    )

de 2 a 4 años (    )

mas de 4 años (    )

2. ¿Qué productos turísticos ofrece usted?

Alojamiento (    )

Alimentación (    )

Guía turístico (    )

Transporte (    )

3. ¿Cuál es la procedencia de los turistas que recibe en su establecimiento?

Locales (    )

Nacionales (    )

Regionales (    )

Extranjeros (    )

4. ¿Qué medio de publicidad utiliza para dar a conocer los servicios turísticos que ofrece?

Prensa escrita (    )

Televisión ( )

Radio ( )

Internet ( )

Hojas volantes ( )

5. ¿La demanda actual de turistas en el cantón es?

Alta ( )

Media ( )

Baja ( )

6. ¿Cuál es la capacidad instalada de su establecimiento?

5 a 10 ( )

11 a 15 ( )

16 a 20 ( )

21 o más ( )

7. ¿Posee convenios con alguna agencia de viajes?

Si ( ) No ( )

8. ¿Qué tipos de paquetes promocionales brinda a los turistas?

Descuento en pago en efectivo ( )

Desayunos incluidos con el hospedaje ( )

Descuento por grupos ( )

Descuento por temporadas ( )

1.- ¿Cuál es el tiempo que lleva en la actividad turística?

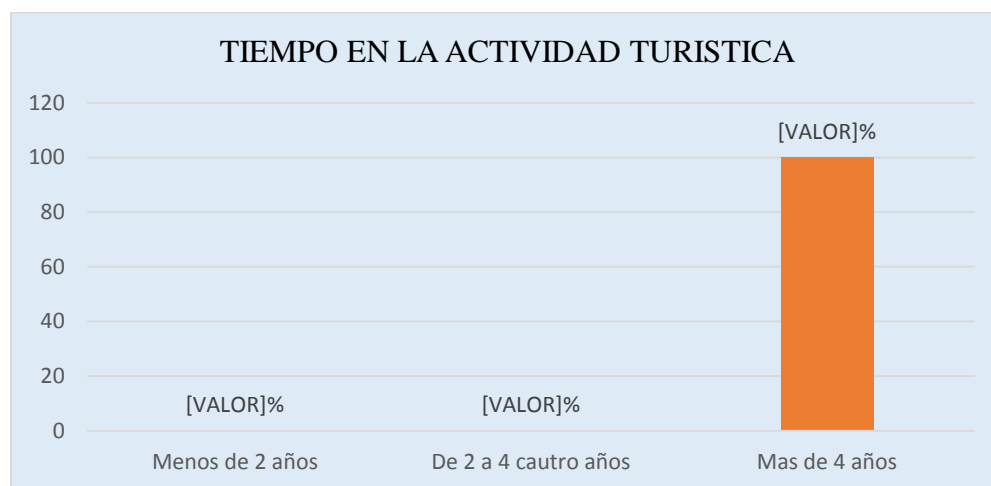
Tabla N° 35 Tiempo en la actividad turística

Alternativa	Frecuencia	%
Menos de 2 años	0	0
De 2 a 4 cuatro años	0	0
Más de 4 años	11	100
<b>Total</b>	<b>11</b>	<b>100</b>

Fuente: Propietarios de los establecimientos turísticos

Elaborado por: El autor

Gráfico N° 24



## ANÁLISIS

Los propietarios de los establecimientos encuestados en su totalidad llevan más de 4 años en la actividad turística, por lo cual poseen experiencia dentro de este mercado, lo cual es muy importante analizar ya que estos son considerados la competencia del proyecto.

## 2.- ¿Qué productos turísticos ofrece?

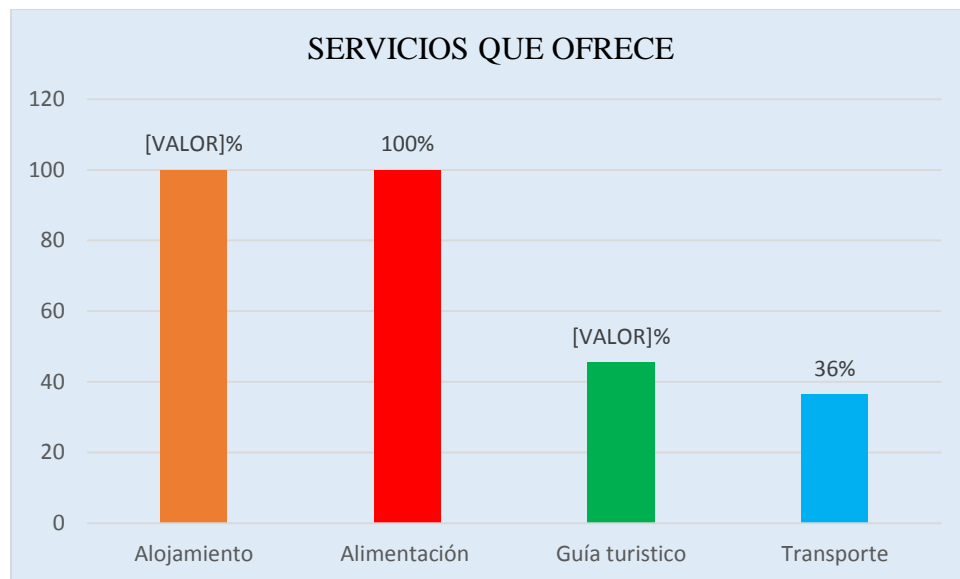
Tabla N° 36 Servicios que ofrece

Alternativa	Frecuencia	%
<b>Alojamiento</b>	11	100
<b>Alimentación</b>	11	100
<b>Guía turístico</b>	5	45
<b>Transporte</b>	4	36

Fuente: Propietarios de los establecimientos turísticos

Elaborado por: El autor

Gráfico N° 25



## ANÁLISIS

Con respecto a los servicios turísticos que ofrecen los establecimientos se puede determinar que todos brindan los servicios de alojamiento y alimentación, considerándolos básicos para cualquier tipo de establecimiento turístico, además se puede observar que en menor porcentaje los servicios de guía turístico también son ofrecidos en algunos de los entidades encuestados, aspectos que permitirán analizar los productos sustitutos del proyecto.

3.- ¿Cuál es la procedencia de los turistas que recibe en su establecimiento?

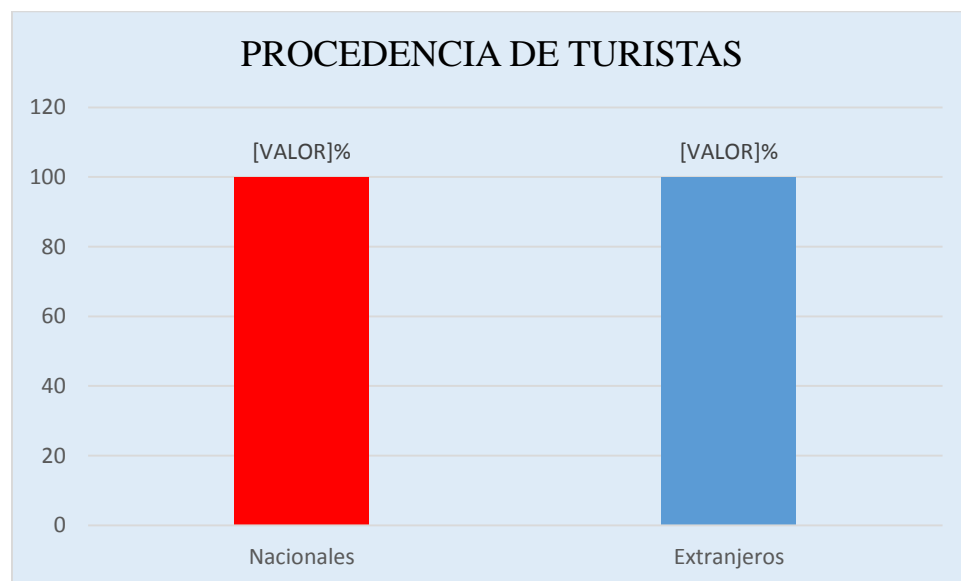
Tabla N° 37 Procedencia de turistas

Alternativa	Frecuencia	%
<b>Nacionales</b>	11	100
<b>Extranjeros</b>	11	100

Fuente: Propietarios de los establecimientos turísticos

Elaborado por: El autor

Gráfico N° 26



## ANÁLISIS

En todos los establecimientos encuestados se recibe tanto a turistas nacionales como extranjeros, lo que demuestra que no solamente los visitantes de otros países que llegan al cantón deciden pernoctar en Otavalo, sino también los turistas nacionales realizan esta actividad dentro del cantón.

#### 4.- ¿Qué medio de publicidad utiliza para dar a conocer los servicios turísticos que ofrece?

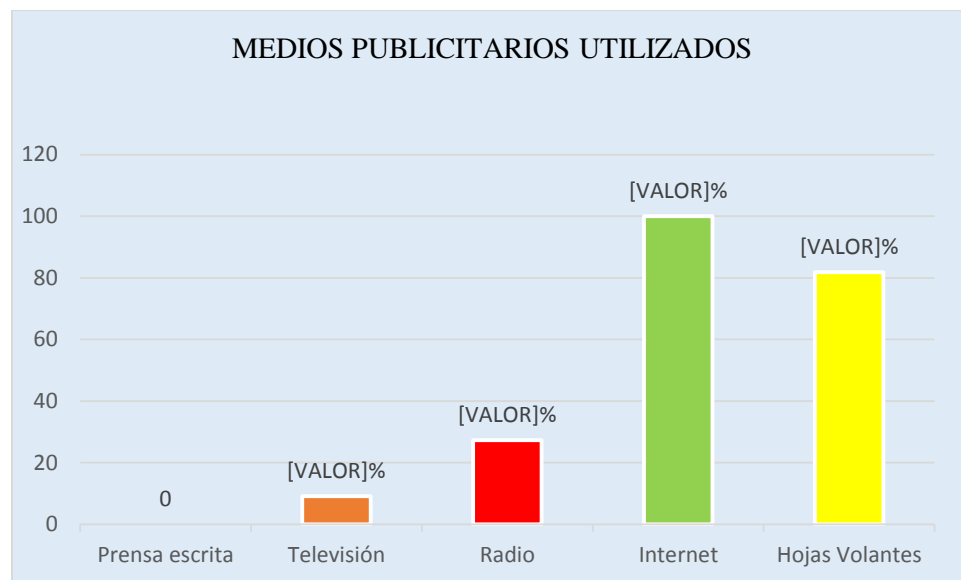
Tabla N° 38 Medios publicitarios utilizados

Alternativa	Frecuencia	%
<b>Prensa escrita</b>	0	0
<b>Televisión</b>	1	9
<b>Radio</b>	3	27
<b>Internet</b>	11	100
<b>Hojas Volantes</b>	9	82

Fuente: Propietarios de los establecimientos turísticos

Elaborado por: El autor

Gráfico N° 27



#### ANÁLISIS

Se puede observar que todos los propietarios de los establecimientos utilizan el internet como un medio publicitario para dar a conocer los servicios que ofrecen, aunque en menor porcentaje las hojas volantes también es una de las opciones más utilizados por los propietarios para informar a los turistas acerca de sus establecimientos, este aspecto permitirá fortalecer la toma de decisión para las estrategias de publicidad.



5.- ¿La demanda actual de turistas en el cantón es?

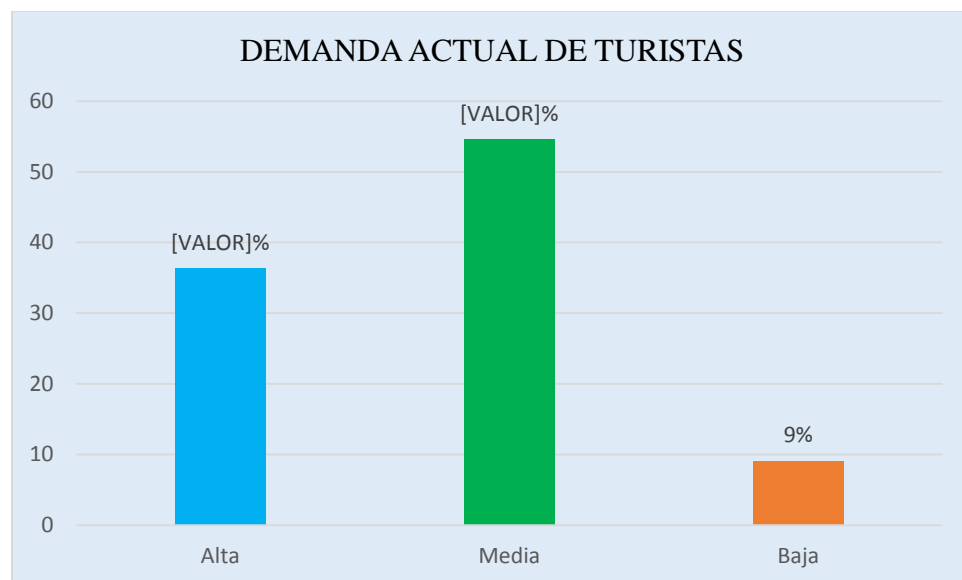
Tabla N° 39 Demanda actual de turistas

Alternativa	Frecuencia	%
<b>Alta</b>	4	36
<b>Media</b>	6	55
<b>Baja</b>	1	9
<b>Total</b>	11	100

Fuente: Propietarios de los establecimientos turísticos

Elaborado por: El autor

Gráfico N° 28



### ANÁLISIS

Según el criterio de la mayor parte de los propietarios de los establecimientos la afluencia de turistas en el cantón es mediana pero constante como lo supieron manifestar las personas encuestadas, aunque un índice menor de encuestados señalan que la afluencia es alta debido al desarrollo e impulso del sector turístico.

6.- ¿Cuál es la capacidad instalada de su establecimiento?

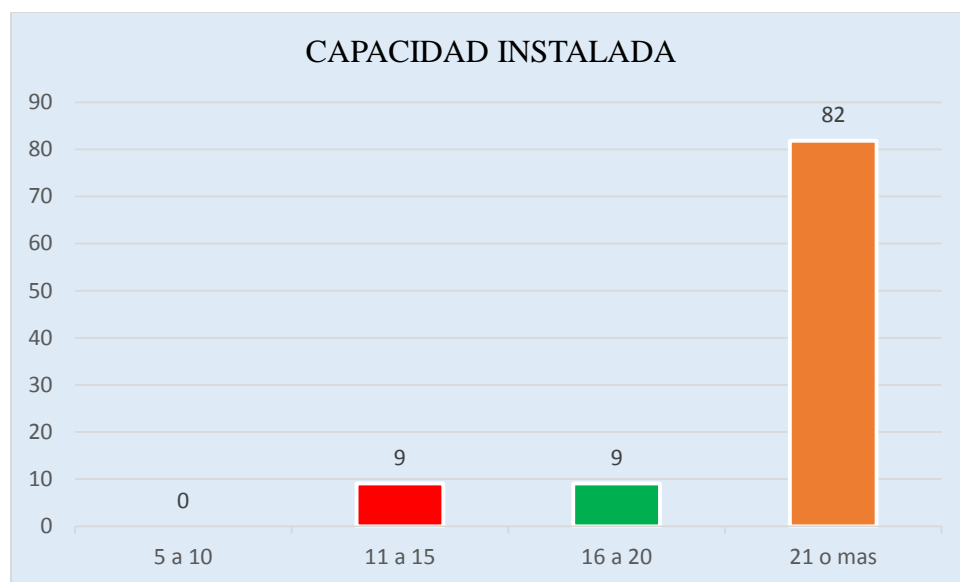
Tabla N° 40 Capacidad instalada

Alternativa	Frecuencia	%
5 a 10	0	0
11 a 15	1	9
16 a 20	1	9
21 o mas	9	82
Total	11	100

Fuente: Propietarios de los establecimientos turísticos

Elaborado por: El autor

Gráfico N° 29



## ANÁLISIS

Gran parte de los establecimientos posee una capacidad mayor a 21 plazas, es decir que pueden albergar a más de 21 personas dentro de su infraestructura, sin embargo esta capacidad no cubre la demanda turística del cantón, un aspecto que permitirá analizar la oferta actual de los servicios turísticos.

### 7.- ¿Posee convenios con alguna agencia de viaje?

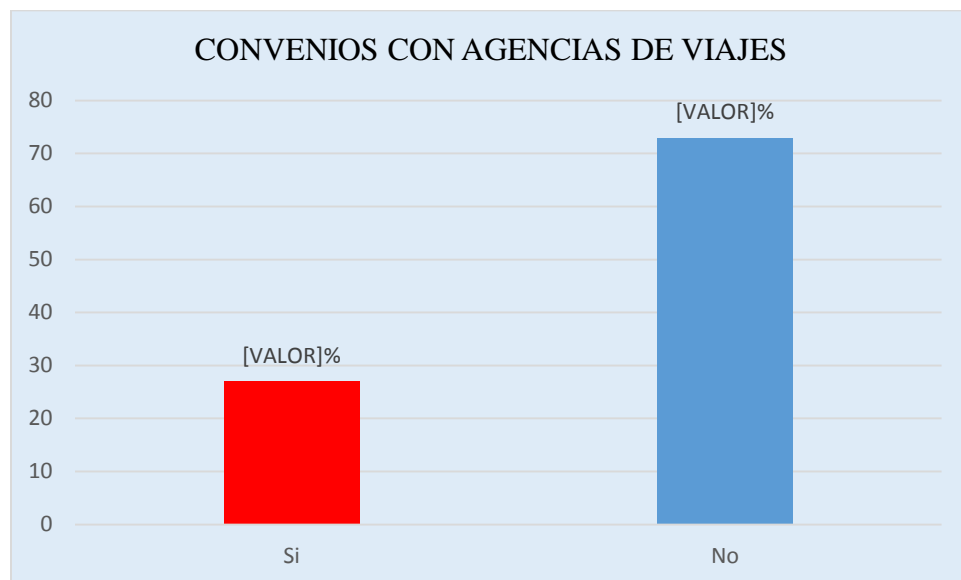
Tabla N° 41 Convenios con agencias de viaje

Alternativa	Frecuencia	%
<b>Si</b>	3	27
<b>No</b>	8	73
<b>Total</b>	11	100

Fuente: Propietarios de los establecimientos turísticos

Elaborado por: El autor

Gráfico N° 30



### ANÁLISIS

Un alto índice de propietarios no posee convenios con agencias de viaje, debido a que sus clientes realizan sus reservaciones de forma independiente o personal, aunque un porcentaje mucho menor supo manifestar que si posee algún tipo de convenio con algún agencia de viaje con la finalidad de atraer más turistas a sus establecimientos, un aspecto muy importante en la fijación de estrategias comerciales.

8.- ¿Qué tipos de paquetes promocionales brinda a los turistas?

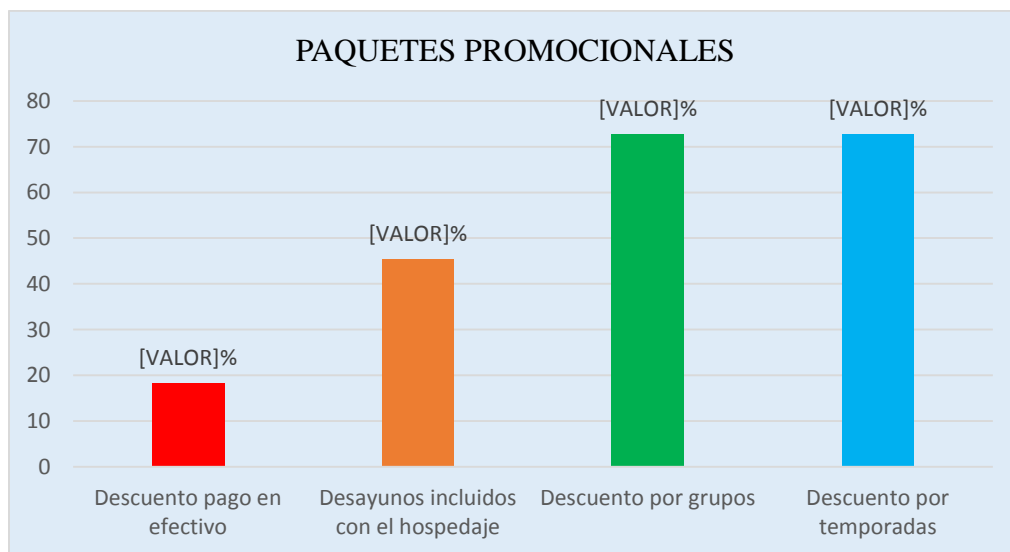
Tabla N° 42 Paquetes promocionales

Alternativa	Frecuencia	%
Descuento pago en efectivo	2	18
Desayunos incluidos con el hospedaje	5	45
Descuento por grupos	8	73
Descuento por temporadas	8	73

Fuente: Propietarios de los establecimientos turísticos

Elaborado por: El autor

Gráfico N° 31



## ANÁLISIS

La mayoría de los establecimientos ofrecen descuentos por temporadas o a grupos como una estrategia comercial con el propósito de aumentar la afluencia de turistas a su entidad, una cantidad menor de encuestados establecen que brinda a sus clientes el desayuno incluido con el hospedaje, datos muy importantes para el establecimiento de las estrategias de comercialización del proyecto.

### 3.12 Oferta actual

En el cantón Otavalo los servicios de alojamiento se han ido desarrollando en el transcurso de los años, en el año 2015 en el cantón se registraron 73 establecimientos turísticos que ofrecen servicios similares a los planteados por el proyecto tales como alojamiento, alimentación y guías turísticos convirtiendo a estos en la competencia para el proyecto.

Tabla N° 43 Oferta histórica de establecimientos de hospedaje

<b>Tipo</b>	<b>Plazas 2010</b>	<b>Plazas 2011</b>	<b>Plazas 2012</b>	<b>Plazas 2013</b>	<b>Plazas 2014</b>	<b>Plazas 2015</b>
<b>Cabañas</b>	60	60	90	90	90	90
<b>Hostales</b>	280	280	280	320	320	340
<b>Hostales Residenciales</b>	335	335	360	360	400	430
<b>Hoteles</b>	325	325	325	325	325	325
<b>Pensiones</b>	98	125	125	125	125	125
<b>Hosterías</b>	375	375	375	375	375	375
<b>Total</b>	1473	1500	1555	1595	1635	1685

Fuente: Plan de desarrollo turístico Otavalo 2015

Elaborado por: El autor

Tabla N° 44 Variación de la oferta de establecimientos de hospedaje

<b>Años</b>	<b>oferta</b>	<b>i=(Cn/Co)-1</b>
<b>Plazas 2010</b>	1473	
<b>Plazas 2011</b>	1500	0,02
<b>Plazas 2012</b>	1555	0,04
<b>Plazas 2013</b>	1595	0,03
<b>Plazas 2014</b>	1635	0,03
<b>Plazas 2015</b>	1685	0,03
<b>Total</b>		0,14

Fuente: Cuadro N° 39

Elaborado por: El autor

Formula:

$$\frac{\sum i}{n} = 0.03 \longrightarrow 3\%$$

### 3.12.1 Proyección de la oferta

#### Proyección de la oferta de servicios de alojamiento.

Para la proyección de la oferta de establecimientos de servicios de hospedaje se toma en cuenta la tasa de crecimiento promedio anual calculado en base a los datos históricos, además se multiplicará la capacidad instalada anual por el número de semanas que posee un año, el cual es de 52 semanas, debido a que es el tiempo que operan y se encuentran disponibles en el año.

Tabla N° 45 Proyección de la oferta

Años	Capacidad de alojamiento plazas (CAP)	Plazas Anuales (CAP*52 semanas anuales)
2016	1731	90010
2017	1778	92465
2018	1827	94987
2019	1876	97578
2020	1928	100239
2021	1980	102974
2022	2034	105782
2023	2090	108668
2024	2147	111632
2025	2205	114676

Elaborado por: El autor

### Proyección de la oferta de servicios de restaurante.

Se tomó como base de proyección al 13% de las 5502 plazas de servicios de restaurante que existen en el cantón, debido a que este porcentaje representa los establecimientos de servicio de restaurante con características similares al del proyecto.

Tabla N° 46 Proyección de la oferta de servicio de alimentación

Años	Capacidad Plazas de Alimentación (CPA)	Plazas anuales (CPA*52)
2016	565	29391
2017	581	30192
2018	596	31016
2019	613	31862
2020	629	32731
2021	647	33624
2022	664	34541
2023	682	35483
2024	701	36451
2025	720	37445

Elaborado por: El autor

### 3.13 Balance oferta y demanda

Mediante este balance se determinará la demanda insatisfecha lo cual es muy importante ya que permite analizar si existe un mercado al que no se ha llegado aún o no ha sido cubierto con los servicios que se pretende ofrecer a través del proyecto.

La demanda insatisfecha se la calcula utilizando la siguiente formula:

$$DI = \text{Demanda} - \text{Oferta}$$

## Balance demanda y oferta del servicio de alojamiento

Tabla N° 47 Balance oferta y demanda servicio de alojamiento

Demanda (N° Turistas)	Oferta (N° Plazas)	Demanda potencial a satisfacer (Personas)
95759	90010	5749
99806	92465	7341
104025	94987	9038
108422	97578	10844
113005	100239	12766
117782	102974	14808
122761	105782	16978
127950	108668	19282
133358	111632	21727
138995	114676	24319

Elaborado por: El autor

## Balance demanda y oferta del servicio de alimentación

Tabla N° 48 Balance oferta y demanda servicio de alimentación

Demanda (N° Turistas)	Oferta (N° Plazas)	Demanda potencial a satisfacer (Personas)
37131	29391	7740
38700	30192	8508
40336	31016	9320
42041	31862	10179
43818	32731	11087
45671	33624	12047
47601	34541	13060
49613	35483	14130
51710	36451	15260
53896	37445	16451

Elaborado por: El autor

Se puede determinar que la demanda potencial a satisfacer para el proyecto es muy significativa, de tal manera que el hostel tenga la posibilidad de ingresar y captar una parte del mercado turístico del cantón Otavalo, la captación de la demanda será en función de la capacidad instalada con la que cuente el proyecto.



### 3.14 Precio

#### 3.14.1 Análisis de precios.

Mediante la recolección de datos obtenidos en la investigación de campo, se determinó el precio que los turistas pagan por los servicios turísticos, y a través de un análisis de los costos operativos de los servicios, observación directa y datos obtenidos de dicha investigación, se ha llegado a establecer los precios de los servicios que el hostel pretende ofrecer.

Tabla N° 49 Análisis de precios

Servicios	Precio promedio
Alojamiento	\$25.00
Guía turística	\$35.00
Alimentación	
Desayunos	\$5.00
Menú del día	\$9.00
Platos típicos	\$8.00
Platos a la carta	\$10.50

Elaborado por: El autor

Para calcular la proyección de los precios de los distintos servicios turísticos se utilizara la tasa acumulada de inflación del mes de septiembre del año 2016, índice que asciende al 1.19%, dato obtenido del Banco Central del Ecuador.

Tabla N° 50 Proyección de precios

Servicios	Año 1 \$	Año 2 \$	Año 3 \$	Año 4 \$	Año 5 \$	Año 6 \$	Año 7 \$	Año 8 \$	Año 9 \$	Año 10 \$
Alojamiento	25,00	25,30	26,27	27,29	28,34	29,44	30,58	31,76	32,99	34,26
Guía turística	35,00	35,42	36,78	38,21	39,68	41,22	42,81	44,46	46,18	47,97
<b>Alimentación</b>										
Desayunos	5,00	5,06	5,25	5,46	5,67	5,89	6,12	6,35	6,60	6,85
Menú del día	7,00	7,08	7,21	7,34	7,47	7,60	7,74	7,87	8,01	8,16
<b>Platos típicos</b>										
Fritada	5,00	5,06	5,25	5,46	5,67	5,89	6,12	6,35	6,60	6,85
Seco de borrego	4,00	4,05	4,20	4,37	4,54	4,71	4,89	5,08	5,28	5,48
Cuy	7,00	7,08	7,36	7,64	7,94	8,24	8,56	8,89	9,24	9,59
Carnes Coloradas	4,50	4,55	4,73	4,91	5,10	5,30	5,50	5,72	5,94	6,17
<b>Platos a la carta</b>										
Corvina apanada	5,00	5,06	5,25	5,46	5,67	5,89	6,12	6,35	6,60	6,85
Ceviche de camarón	6,00	6,07	6,31	6,55	6,80	7,07	7,34	7,62	7,92	8,22
Churrasco	5,00	5,06	5,25	5,46	5,67	5,89	6,12	6,35	6,60	6,85
Pollo a la plancha	5,00	5,06	5,25	5,46	5,67	5,89	6,12	6,35	6,60	6,85

Elaborado por: El autor

### 3.15 Sensibilidad de la investigación

#### 3.15.1 Precio

Se establecen las siguientes estrategias relacionadas al precio:

Con la finalidad de establecer un precio competitivo, no muy elevado ni muy bajo se analizará el precio que maneja la competencia y los costos y gastos operativos.

Se adquirirá materia prima en gran volumen con el propósito de disminuir los costos pero tomando en cuenta siempre el movimiento de la demanda en el hostel.

Se ofrecerá descuentos para grupos de turistas que visiten el hostel.

#### 3.15.2 Promoción

Por fechas especiales tales como el día de la madre, navidad, entre otros se brindará a los clientes que se hospeden o realicen algún consumo un obsequio representativo que haga alusión a la fecha.

Dependiendo del tiempo de estadía del turista en el hostel se le realizará un descuento en el servicio de alojamiento.

Dependiendo de la frecuencia de visitas del turista al hostel con la finalidad de fidelizar al cliente se ofrecerá un servicio gratuito de guía turístico por el sector.

### **3.15.3 Plaza**

Con la finalidad de llegar a los clientes potenciales del proyecto se establecerán los siguientes canales de comercialización:

Canal directo: se trata de que los turistas conozcan los servicios que el hostel ofrece con tan solo visitar el establecimiento, esto se lo realizará a través de la promoción y publicidad que se otorgue en el hostel, tales como tarjetas de recomendaciones las cuales serán entregadas a los clientes, y hojas volantes.

Canal indirecto: para dar a conocer los servicios que ofrece el hostel al turista se realizara un convenio con las agencias de viaje y turismo, además se trabajará de forma estratégica con las empresas privadas y públicas que tengan como finalidad la promoción turística.

### **3.15.4 Publicidad**

Es una herramienta de marketing que permitirá dar a conocer los servicios y las ventajas competitivas del proyecto, para lo cual se utilizarán las siguientes estrategias:

Creación y diseño de una página web, en la cual conste la información completa del hostel con la finalidad de responder a todas las inquietudes de los clientes potenciales y que estos puedan contactarse con el hostel y realizar reservaciones a través de este medio.

Además se crearán cuentas que informen acerca del hostel en las redes sociales tales como Facebook y twitter, con el propósito de llegar al público en general y atraer un mayor número de turistas al lugar.

Se elaborará hojas volantes donde se incluirá la información más relevante del hostel y los servicios que ofrece.

Elaborar una valla publicitaria en el que constará una fotografía del hostel e información de la ubicación del mismo.

Se contratará los servicios publicitarios en una de las radios más escuchadas a nivel provincial.

### **3.16 Conclusiones del estudio de mercado**

En el cantón Otavalo, se determina una alta afluencia de turistas tanto nacionales y extranjeros al lugar, estableciendo así a través de la investigación realizada una demanda turística potencial a satisfacer, ya que los turistas encuestados demostraron una gran aceptación por el hostel que se pretende ejecutar en la cascada de Peguche y por los servicios que se pretenden ofrecer.

La oferta turística del cantón se ha ido desarrollando lentamente en el transcurso de los años, además la oferta en Otavalo con características similares a las del proyecto se ha determinado que es baja por lo que el proyecto puede introducirse y posicionarse dentro del mercado turístico del cantón.

Los precios en cuanto a los servicios de alojamiento y alimentación dependen mucho de la categoría de los establecimientos y el tipo de servicio que se ofrece en dichos lugares, además de la ubicación y otros factores que le dan un valor agregado a servicios los servicios antes mencionados.

Se concluyó que los turistas que visitan el cantón cuentan con la capacidad adquisitiva para comprar los distintos servicios que se plantean ofrecer en el hostel.

## **CAPÍTULO IV**

### **4. ESTUDIO TÉCNICO**

En el presente capítulo se estudiará cada uno de los aspectos técnicos que serán necesarios para la implementación del hostel, tales como la ubicación, tamaño, capacidad instalada, proceso productivo, distribución de instalaciones, recursos materiales, inversiones entre otros aspectos que serán fundamentales para la determinación de la factibilidad técnica del proyecto.

Este estudio es muy importante debido a que permitirá definir y valorar los recursos necesarios para el buen funcionamiento del hostel, posibilitando así estimar de forma más exacta dichos recursos, además proveerá información que será necesaria y útil para la evaluación económica-financiera del proyecto.

#### **4.1 Objetivo general**

Efectuar un estudio técnico mediante la utilización de metodologías y herramientas de investigación y proyección financiera, a fin de determinar el tamaño, localización, inversión y recursos necesarios para la ejecución del proyecto.

##### **4.1.1 Objetivos específicos**

Definir la localización más apropiada para el hostel.

Establecer el tamaño adecuado y capacidad del proyecto en base a los factores condicionantes.

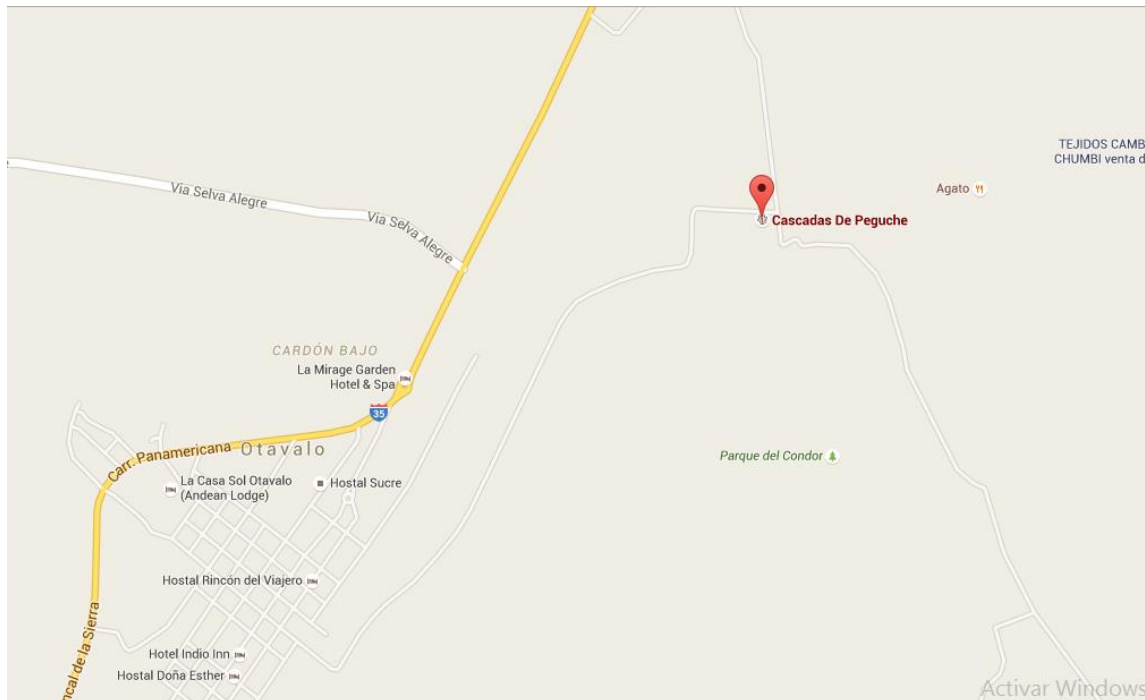
Determinar el diseño y distribución de las instalaciones del hostel.

Definir el presupuesto de inversión, en el que consten los recursos humanos, financieros y materiales necesarios para la puesta en marcha del proyecto.

## 4.2 Macro localización

El proyecto estará ubicado en el territorio ecuatoriano, en la provincia de Imbabura dentro del cantón Otavalo, la parroquia en la que se ubicará el hostel es totalmente accesible ya que cuenta con vías de acceso desde la panamericana norte por el ingreso a la comunidad de Peguche y por la ciudadela Rumiñahui y, además existe una vía de segundo orden desde la laguna de San Pablo por donde también se puede acceder, todas estas se encuentran en buen estado lo que facilita la accesibilidad de los turistas al lugar.

Gráfico N° 32 Mapa del cantón Otavalo



### 4.2.1 Micro localización

El proyecto se llevará a cabo en el cantón Otavalo, en la parroquia Miguel Egas Cabeza exactamente en la comunidad de Faccha Llacta en el sector de la cascada de Peguche diagonal a la escuela de la comunidad, el hostel será implementado en un terreno propio el cual posee una superficie de 422 m<sup>2</sup>.

Gráfico N° 33 Mapa micro localización



#### **4.2.2 Factores de localización**

##### **Disponibilidad de Turistas**

La afluencia de turistas tanto locales, nacionales y extranjeros a la comunidad es elevada, debido a que en el sector se encuentra ubicada una caída de agua, importante atractivo turístico a nivel cantonal.

##### **Facilidad de vías de acceso**

El sector cuenta con dos vías de segundo orden, las cuales se encuentran en muy buenas condiciones lo que facilita la movilización tanto de turistas y habitantes del sector.

## **Servicios Básicos**

El lote para el desarrollo del proyecto cuenta con los servicios de agua potable, alcantarillado y energía eléctrica, servicios imprescindibles para la construcción y puesta en marcha del hostel.

## **Seguridad Policial**

El sector donde se plantea implementar el proyecto cuenta con una UPC, el cual se encuentra ubicado a 100 metros de distancia del terreno para el desarrollo del proyecto.

### **4.3 Ingeniería del proyecto.**

#### **4.3.1 Distribución de la planta.**

El hostel será distribuido en diferentes áreas con la finalidad de brindar un excelente servicio a sus clientes, quedando distribuido de la siguiente manera:

#### **Área Administrativa**

Esta área se encuentra conformada por la oficina de administración, sala de espera y recepción, contará con una superficie de 48 metros cuadrados.

#### **Área de Restaurante**

La superficie destinada para esta área es de 104 metros cuadrados en el que ubicará la cocina, baños y el salón donde se sirvan los alimentos, y tendrá una capacidad para albergar a 32 personas.

#### **Área de alojamiento**

En el área de alojamiento se ubicarán 13 habitaciones distribuidas de la siguiente manera: 7 habitaciones de 16 m<sup>2</sup> destinadas para dos personas, 5 habitaciones de 12 m<sup>2</sup> con capacidad para



una persona, y una habitación con 23 m<sup>2</sup> destinada para cuatro personas, dando como resultado una capacidad de alojamiento para 23 personas.

### **Área de bodega.**

El hostel contará con un área de bodega en el cual estará ubicada la lavandería y el menaje tanto del servicio de alojamiento y del restaurante, el cual constará con una superficie de 35 m<sup>2</sup>.

### **Espacio verde**

El hostel contará con un jardín de 41 m<sup>2</sup> donde los clientes podrán admirar el paisaje natural del sector.

Tabla N° 51 Distribución de la planta

Área	Metros cuadrados (m2)
Área administrativa	48
Área Restaurante	104
Área de alojamiento	195
Área de Bodega	35
Espacio verde	55
Total	437

Elaborado por: El autor

### **4.3.2 Diseño de la planta**

Gráfico N° 34 DISEÑO DE LA PLANTA 3D



Gráfico N° 35 DISEÑO DE LA PLANTA 2D



#### 4.4. Tamaño del proyecto

##### 4.4.1 Disponibilidad de materia prima e insumos

Con la finalidad de brindar un servicio de excelencia, es muy importante adquirir materiales e insumos de calidad, además estos deberán ser adquiridos a un precio razonable y en la cantidad adecuada de tal manera que permita cubrir el nivel de producción establecido.

La materia prima e insumos que se adquirirá corresponden únicamente al servicio de alimentación, es decir los productos que se utilizarán para la preparación de los menús que se ofrecerán en el área de restaurante del hostel, los cuales serán adquiridos en la ciudad de Otavalo.

Tabla N° 52 Proveedores

Proveedor	Dirección
<b>Mercado 24 de mayo</b>	Otavalo: García Moreno y 31 de Octubre
<b>Mercado Imbaya</b>	Otavalo: Ciudadela Imbaya
<b>Supermercado Santa María</b>	Otavalo: Atahualpa y Abdón Calderón
<b>Supermercado Aki</b>	Otavalo: Av. Paz Ponce de León
<b>Supermercado Tía</b>	Otavalo: Sucre y Abdón Calderón

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El autor

##### 4.4.2 Disponibilidad de mano de obra.

Debido a que el hostel se encontrará ubicado a tan solo 3.3 kilómetros de la ciudad de Otavalo, la disponibilidad de mano de obra capacitada no será ningún problema, debido a que en la ciudad existe una universidad con carreras afines a la actividad turística de los cuales se gradúan decenas de profesionales al año, así mismo se empleará gente del sector lo que facilitará el traslado y la cercanía de los posibles trabajadores del hostel.

Para el hostel se requiere 9 trabajadores, por ser un proyecto que inicia se pagará un sueldo mensual de 420 dólares como mínimo y como máximo 650 dólares.

#### **4.4.3 Disponibilidad de financiamiento**

Este aspecto es muy importante para el proyecto, debido a que permitirá analizar y evaluar de las distintas alternativas de financiamiento, con la finalidad de elegir la alternativa más conveniente.

La Corporación Financiera Nacional con la finalidad de promover el desarrollo de las actividades turísticas, otorga créditos preferenciales destinados a la promoción de inversiones en este sector, de tal manera que para proyectos turísticos nuevos la CFN financia hasta el 70% del proyecto otorgando créditos desde USD 50000 hasta 200000 dólares para pymes, la amortización y plazo dependerá del flujo de caja del proyecto y en cuanto a la tasa de interés oscila entre el 9.75% y el 11.15%.

Otra institución que otorga créditos para este tipo de proyectos es Ban Ecuador a través de su línea de créditos productivos para pequeñas industrias, el cual financia el 80% de la inversión otorgando préstamos desde USD 500 hasta 300000 dólares a una tasa de interés del 10%, en el cual la garantía puede ser prendaria, hipotecaria o quirografaria.

#### **4.4.4 Capacidad instalada**

El hostel tendrá una capacidad para 23 personas en su área de alojamiento, y 36 personas en su área de restaurante, los cuales multiplicados por treinta días promedio, nos da una capacidad mensual de 690 y 1500 personas respectivamente, y una capacidad anual de 8280 y 18000 personas en cada área, como se detalla en el siguiente cuadro:

Tabla N° 53 Capacidad instalada

Área	Capacidad por persona	Capacidad mensual	Capacidad anual
<b>Alojamiento</b>	23	690	8280
<b>Restaurante</b>	36	1080	12960
<b>Total</b>	59	1770	21240







Elaborado por: El autor

Sin embargo se establece un índice ocupacional promedio anual del 40% para el área de alojamiento, dato basado en el plan de desarrollo turístico del cantón Otavalo 2015, además con la finalidad de obtener datos más reales acerca de los turistas que visitarían el área del restaurante se establece un nivel ocupacional del 60% debido a la gran afluencia de turistas al sector.

#### 4.5 Diseño de procesos

Para cada uno de los procesos productivos del hostel, se elabora un flujograma con la finalidad de reflejar cada una de estos procesos, para lo cual es necesario definir la simbología a utilizarse.

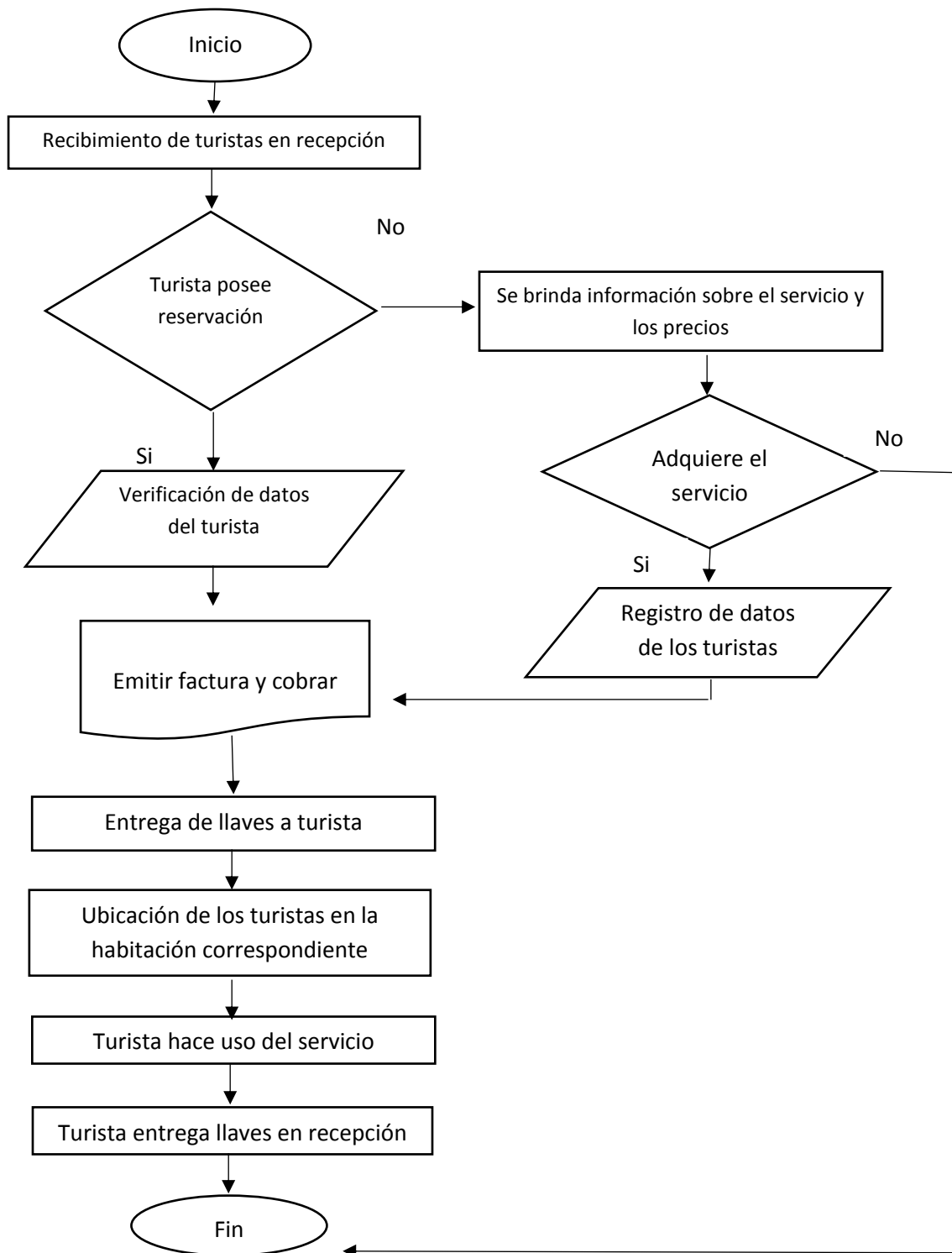
Tabla N° 54 Diseño de procesos

SIMBOLO	SIGNIFICADO
	Indica el inicio o fin de un proceso
	Representa un proceso o una actividad
	Decisión o selección de una alternativa
	Documento
	Datos
	Transportación

Elaborado por: El autor

#### 4.5.1 Proceso del servicio de alojamiento.

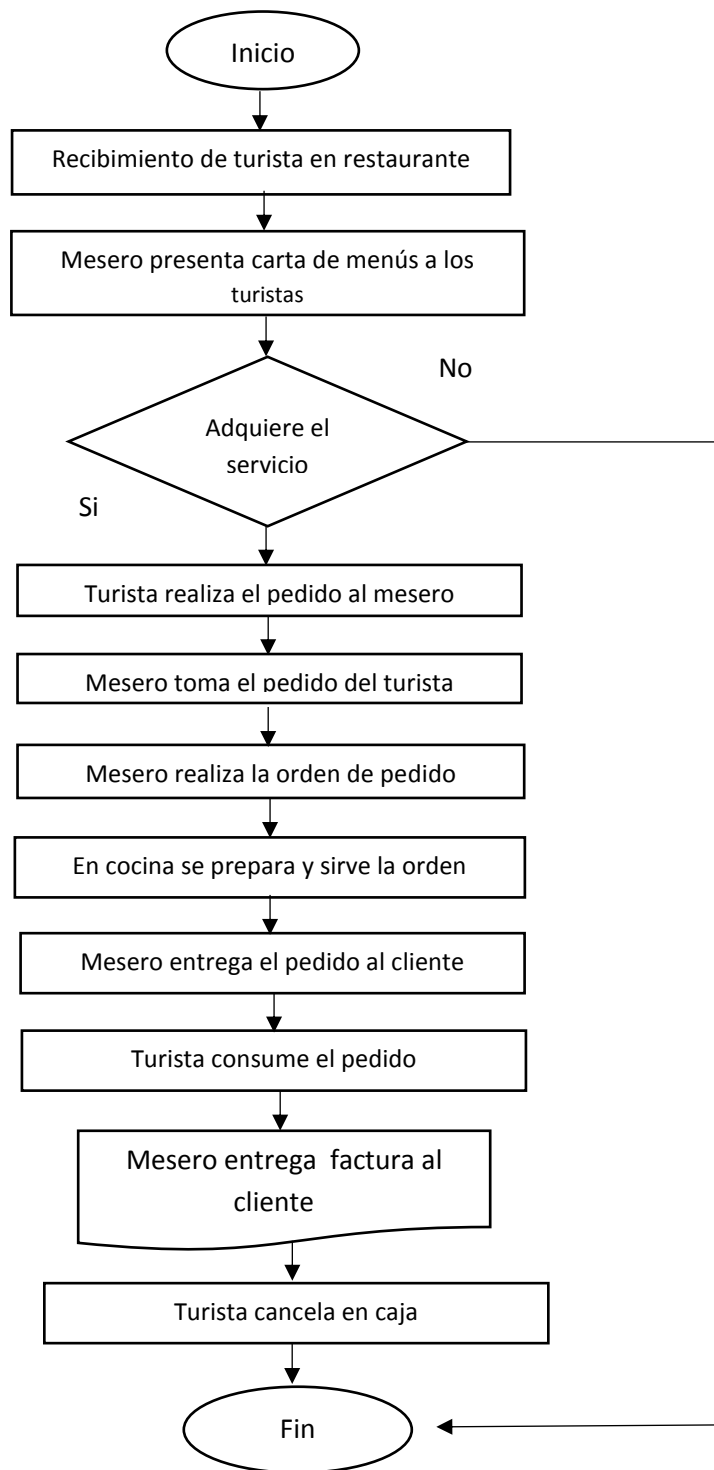
Gráfico N° 46 Proceso del servicio de alojamiento



Elaborado por: El autor

#### 4.5.2 Proceso del servicio de Restaurante

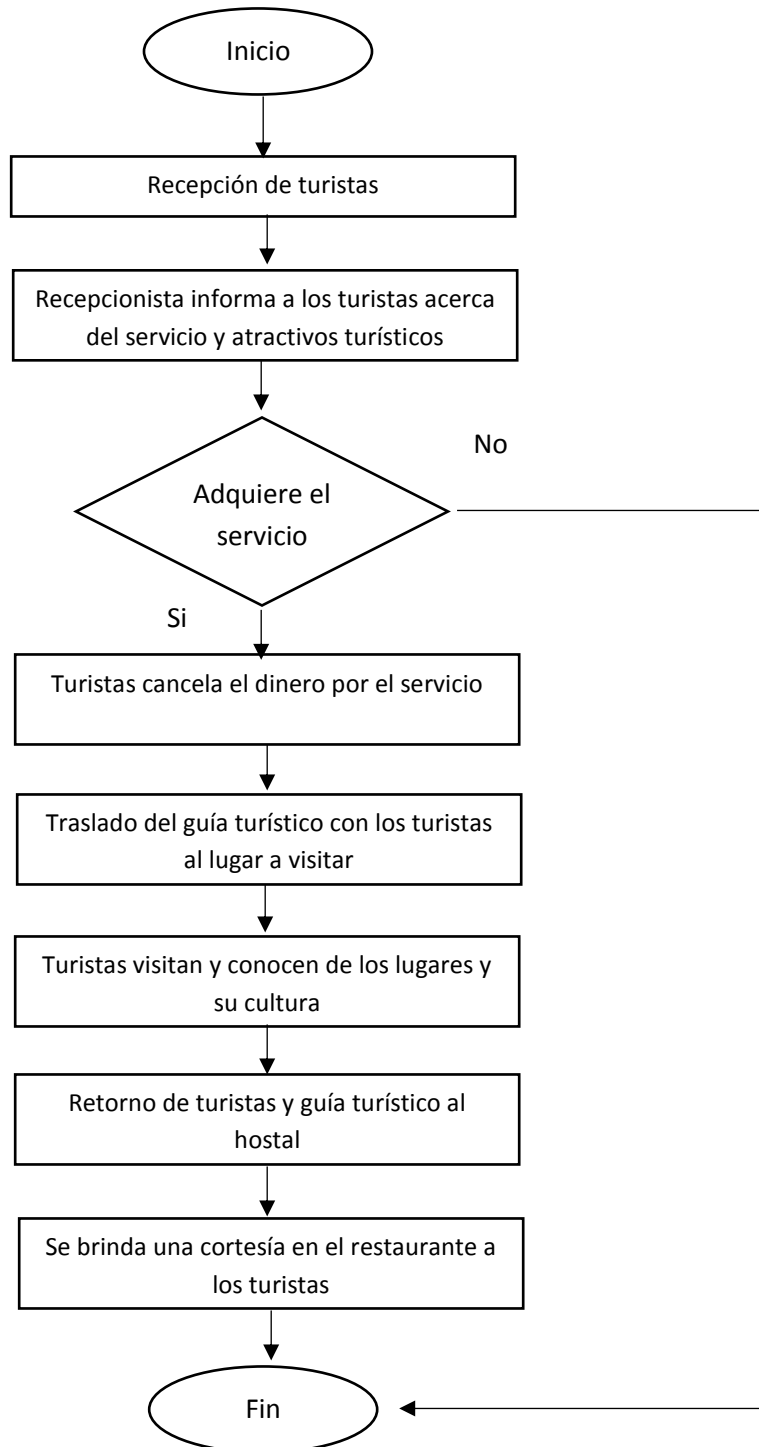
Gráfico N° 47 Proceso del servicio de restaurante



Elaborado por: El autor

#### 4.5.3 Proceso del servicio de guía Tour

Gráfico N° 48 Proceso del servicio de guía Tour



Elaborado por: El autor



#### 4.6 Inversiones en activos fijos.

Para el inicio y desarrollo del proyecto es necesario realizar inversiones en activos fijos tales como equipos, menajes de cocina, terreno, infraestructura civil, entre otros que sean necesarios para la implementación del hostel.

El proyecto contará con las siguientes inversiones fijas:

##### 4.6.1 Terreno

Tabla N° 55 Terreno

Descripción	Cantidad	Costo total en dólares
Terreno	437 m2	38500.00

Elaborado por: El autor

##### 4.6.2 Infraestructura civil

Tabla N° 56 Infraestructura civil

Área	Metros Cuadrados	Costo unitario en dólares por m <sup>2</sup>	Costo total en dólares
Administrativa	48	130.00	6240.00
Restaurante	104	135.00	14040.00
Alojamiento	195	152.00	29640.00
Bodega	35	113.00	3955.00
Espacio verde	55	90.00	4950.00
<b>TOTAL</b>			58825.00

Elaborado por: El autor

##### 4.6.3 Equipos de computación

Tabla N° 57 Equipos de computación

Descripción	Cantidad	Costo unitario en dólares	Costo total en dólares
Área Administración			
Computadora de escritorio	1	750.00	750.00
Impresora Epson	1	152.00	152.00
Área de Recepción			
Computadora de escritorio	1	750.00	750.00
Impresora	1	85.00	85.00
<b>TOTAL</b>			<b>1737.00</b>

Elaborado por: El autor

#### 4.6.4 Equipo en general

Tabla N° 58 Equipo en general

Descripción	Cantidad	Costo unitario en dólares	costo total en dólares
Área administrativa			
Teléfono	1	60.00	60.00
Calculadora	1	8.00	8.00
Área Recepción			
Caja Registradora	1	450.00	450.00
Mini componente	1	335.00	335.00
Teléfono	1	60.00	60.00
Área de Restaurante			
Cocina	1	450.00	450.00
Licuada Oster	2	84.00	168.00
Cafetera	1	75.00	75.00
Microondas Whirlpool	1	119.00	119.00
Congeladora horizontal	1	569.00	569.00
Refrigeradora	1	710.00	710.00
Tanque de Gas Industrial	2	80.00	160.00
Horno	1	310.00	310.00
Mini componente	1	335.00	335.00
Secadora de mano	2	80.00	160.00
Batidora	3	42.00	126.00
Área de Alojamiento			
Extintor de incendios	3	35.00	105.00
Televisor Smart tv	13	650.00	8450.00
Teléfono	13	30.00	390.00
Lavadora	1	683.00	683.00
Secadora	1	510.00	510.00
Plancha	2	40.00	80.00
Aspiradora	2	143.50	287.00
<b>TOTAL</b>			<b>14600.00</b>

Elaborado por: El autor

#### 4.6.5 Muebles y enseres

Tabla N° 59 Muebles y Enseres

Descripción	Cantidad	Costo unitario en dólares	Costo total en dólares
Área Administrativa			
Escritorio	1	99.00	99.00
Silla giratoria	1	55.00	55.00
Silla	2	28.00	56.00
Anaqueles Oficina	1	80.00	80.00
Área de Recepción			
Silla de giratoria	1	55.00	55.00
Mueble para llaves	1	65.00	65.00
Escritorio de recepción	1	190.00	190.00
Sillón	1	85.00	85.00
Área de Alojamiento			
Cama 2 plazas	8	170.00	1360.00
Cama 1 plaza	2	125.00	250.00
Cama 1.5 plazas	5	145.00	725.00
Escritorio y silla	5	85.00	425.00
Velador	13	42.00	546.00
Armarios	14	105.00	1470.00
Lámpara	13	20.00	260.00
Espejos	16	12.00	192.00
Área de Restaurante			
Mesa de cocina	1	170.00	170.00
Juego de Mesa y 2 Sillas	6	90.00	540.00
Juego de Mesa y 4 Sillas	5	125.00	625.00
Juego de Mesa y 6 Sillas	3	165.00	495.00
Silla de bebe	2	35.00	70.00
Mortero de piedra	16	5.00	80.00
Saleros	16	2.50	40.00
Florero artesanal	14	6.50	91.00
Área de bodega			
Estanterías	2	145.00	290.00
Armarios	3	160.00	480.00
<b>TOTAL</b>			<b>8794.00</b>

Elaborado por: El autor

#### 4.6.6 Lencería

Tabla N° 60 Lencería

Descripción	Cantidad	Costo unitario en dólares	Costo total en dólares
<b>Área Alojamiento</b>			
Colchón 2 plaza	8	160.00	1280.00
Colchón 1 plaza	2	100.00	200.00
Colchón 1.5 plaza	5	120.00	600.00
Cobijas	26	17.50	455.00
Cojines	8	9.50	76.00
Juego de sabanas 1.5 plazas	10	19.00	190.00
Juego de sabanas 2 plazas	16	21.00	336.00
Juego de sabanas 1 plazas	4	15.00	60.00
Cobertor de cama 1.5 plaza	10	32.50	325.00
Cobertor de cama 2 plaza	16	39.50	632.00
Cobertor de cama 1 plaza	4	27.00	108.00
Almohadas	31	5.00	155.00
Tapiz	13	4.00	52.00
Cortinas	22	7.50	165.00
Toallas	60	6.50	390.00
<b>Área de Restaurante</b>			
<b>Manteles de mesa</b>	28	8.50	238.00
<b>Limpiones</b>	12	1.00	12.00
<b>TOTAL</b>			<b>5274.00</b>

Elaborado por: El autor

#### 4.6.7 Menaje cocina

Tabla N° 61 Menaje cocina

Descripción	Cantidad	Costo unitario en dólares	Costo total en dólares
Sartén	5	30.00	150.00
Tabla de picar	3	3.00	9.00
Escurreidor	4	3.50	14.00
Olla N° 40	2	68.00	136.00
Olla N° 30	3	55.00	165.00
Olla Arrocera 10 tazas	4	77.00	308.00
Juego de ollas pequeñas	3	45.00	135.00
Bolillo	2	3.00	6.00
Juego de cucharones	2	35.00	70.00
Basurero	2	16.00	32.00
Juego de cuchillos	3	42.00	126.00
Set de reposteros plásticos	5	7.00	35.00
Jarras	6	3.50	21.00
Juego de ollas a presión	2	70.00	140.00
Bandejas y charolas	10	5.50	55.00
<b>TOTAL</b>			<b>1402.00</b>

Elaborado por: El autor

#### 4.6.8 Vajilla

Tabla N° 62 Vajilla

Descripción	Cantidad	Costo unitario en dólares	Costo total en dólares
Plato soperero artesanal	35	0.45	15.75
Plato soperero cerámica	50	0.85	42.50
Plato tendido artesanal	35	0.75	26.25
Plato tendido cerámica	50	1.15	57.50
Plato base	85	1.12	95.20
Plato para frutas	85	1.35	114.75
Tenedor	85	0.75	63.75
Cuchillo	85	0.82	69.70
Cuchara para sopa	85	0.55	46.75
Cuchara para postre	85	0.35	29.75
Vasos 12 onzas	85	0.65	55.25
Vaso 10 onzas	50	0.60	30.00
Copa agua	85	1.15	97.75
<b>TOTAL</b>			<b>744.90</b>

Elaborado por: El autor

#### 4.6.9 Resumen de activos fijos

Tabla N° 63 Resumen de activos fijos

Descripción	Valor en dólares
Terreno	38500.00
Infraestructura Civil	58825.00
Equipo de computación	1737.00
Equipo en General	14600.00
Muebles y Enseres	8794.00
Lencería	5274.00
Menaje Cocina	1402.00
Vajilla	744.90
<b>TOTAL</b>	<b>129876.90</b>

Elaborado por: El autor

#### 4.7 Costos de producción

Son aquellos costos en los que la empresa incurre para la fabricación o producción de un bien o servicios, en cuanto al proyecto se establece como costos de producción los siguientes componentes con sus respectivos rubros:

##### 4.7.1 Materia prima directa

La materia prima del proyecto corresponde a los alimentos y demás productos que son necesarios para la preparación de los platos que se ofrecerán en el área del restaurante.

Tabla N° 64 Materia prima directa

Concepto	Medida	Valor unitario en dólares	Cantidad	valor mensual en dólares	valor anual en dólares
Pollo	Unidad	8,00	35	280,00	3360,00
Cuy	Unidad	9,00	12	108,00	1296,00
Carne de res	Libra	2,95	45	132,75	1593,00
Carne de borrego	Libra	3,15	25	78,75	945,00
Corvina	Libra	3,55	35	124,25	1491,00
Carne de Cerdo	Libra	2,95	60	177,00	2124,00
Camarón	Libra	3,80	30	114,00	1368,00
Papas	Quintal	22,00	5	110,00	1320,00
Arvejas	Libra	1,00	10	10,00	120,00
Maíz	Libra	1,25	40	50,00	600,00
Cebolla paitaña	6 Unidades	1,50	32	48,00	576,00
Cebolla blanca	1 Atado	1,00	20	20,00	240,00
Tomate riñón	8 Unidades	1,00	20	20,00	240,00
Rábanos	Libra	1,00	15	15,00	180,00
Brócoli	3 Unidades	1,00	15	15,00	180,00
Pepinillo	2 Unidades	1,00	15	15,00	180,00
Remolacha	Libra	0,80	15	12,00	144,00
Zanahoria	3 libras	1,50	15	22,50	270,00
Frejol	Libra	1,00	12	12,00	144,00
Aguacate	3 unidades	1,50	45	67,50	810,00
Arroz	Quintal	65,00	3	195,00	2340,00
Mote	Libra	1,25	40	50,00	600,00
Habas	Libra	1,25	20	25,00	300,00
Limón	4 unidades	0,55	37	20,35	244,20
Mora	Libra	1,00	20	20,00	240,00
Papaya	Una unidad	1,10	20	22,00	264,00
Piña	3 Unidades	1,50	22	33,00	396,00
Guayaba	Libra	1,50	19	28,50	342,00
Guanábana	Libra	2,90	20	58,00	696,00
Manzanas	4 unidades	1,50	20	30,00	360,00
Sandia	Unidad	3,00	20	60,00	720,00
Tomate	Libra	1,00	20	20,00	240,00
Leche	1 Litro	0,90	20	18,00	216,00
Sal	500 gramos	0.79	5	3.95	47.40
Azúcar	Arroba	15.00	1	15.00	180
Huevos	Cubeta	3,90	10	39,00	468,00
Aceite	2 litros	1.77	16	28.32	339.84
<b>TOTAL</b>				2050,60	24607,20

Elaborado por: El autor

#### 4.7.2 Costo de mano de obra directa

Tabla N° 65 Costo de mano de obra directa

N°	Cargo	Sueldo Mensual dólares	Sueldo Anual dólares
2	Meseros	410.00	4920.00
1	Chef	600.00	7200.00
1	Ayudante de cocina	410.00	4920.00
2	Mucamas	410.00	4920.00
1	Guía turístico	410.00	4920.00
<b>TOTAL</b>		2240.00	26880.00

Elaborado por: El autor

#### 4.7.3 Costos indirectos de fabricación

Son aquellos costos de producción que se incurren en productos o servicios complementarios, indispensables para terminación de un bien o prestación adecuada de un servicio, para el proyecto se establecen los siguientes CIF:

- **Materiales indirectos de fabricación.**

Tabla N° 66 Materiales indirectos de fabricación

Concepto	Valor unitario dólares	Valor Mensual dólares	Valor Anual dólares
Servilleta Paq. 100 unid.	0.7	8.40	100.80
<b>Total</b>			100.80

Elaborado por: El autor



- **Servicios Básicos área operacional.**

Tabla N° 67 Servicios básicos área operacional

Concepto	Valor Mensual en dólares	Valor Anual en dólares
Agua Potable	110.00	1320.00
Luz Eléctrica	175.00	2100.00
<b>Total</b>	<b>285.00</b>	<b>1140.00</b>

Elaborado por: El autor

- **Combustible.**

Tabla N° 68 Combustible

Concepto	Valor unitario en dólares	Valor Mensual en dólares	Valor Anual en dólares
Gas	15	30.00	360.00
<b>Total</b>		<b>30.00</b>	<b>360.00</b>

Elaborado por: El autor

- **Depreciación.**

Tabla N° 69 Depreciación

Activos	Valor en dólares	% Depreciación	Valor Mensual en dólares	Valor Anual en dólares
Muebles y Enseres	8794.00	10	73.28	879.40
Equipo de computación	1737.00	3	47.77	573.21
Infraestructura	58825.00	5	245.10	2941.25
Equipo en General	14600.00	10	121.67	1460.00
<b>Total</b>			<b>487.82</b>	<b>5853.86</b>

Elaborado por: El autor

- **Útiles de Aseo**

Tabla N° 70 Útiles de aseo

Útiles de aseo	Valor unitario en dólares	Cantidad	Valor mensual en dólares	Valor anual en dólares
Jabón tocador	0,75	4	3,00	36,00
Detergente Caneca	4,5	3	13,50	162,00
Suavizante	1,90	4	7,60	91,20
Papel higiénico/Paq 12	2,8	10	28,00	336,00
Jabón liquido	1,75	4	7,00	84,00
Escobas	2.50	2	5.00	60.00
Total			59,10	709,20

Elaborado por: El autor

- **Mano de obra indirecta**

En cuanto a la mano de obra directa se contará con un jardinero, a quien se contratará por tarea o a destajo, debido que sus servicios no son necesarios de forma diaria en el hostel.

Tabla N° 71 Mano de obra indirecta

Concepto	Valor Mensual en dólares	Valor anual en dólares
Jardinero	120.00	1440.00
Total	120.00	1440.00

Elaborado por: El autor

#### 4.8 Gastos de administración

Son aquellos gastos en los que incurre la empresa para el desenvolvimiento de las actividades administrativas de la entidad, por lo cual se establecen los siguientes gastos de administración del proyecto:

#### 4.8.1 Remuneraciones del personal administrativo.

Tabla N° 72 Remuneraciones del personal administrativo

N°	Cargo	Sueldo mensual en dólares	Sueldo anual en dólares
1	Administrador/Propietario	650.00	7800.00
1	Recepcionista	410.00	4920.00
<b>TOTAL</b>		1060.00	12720.00

Elaborado por: El autor

#### 4.8.2 Servicios básicos administrativos

Tabla N° 73 Servicios básicos administrativo

Concepto	Valor mensual en dólares	Valor anual en dólares
Agua Potable	18,00	216,00
Luz Eléctrica	48,00	576,00
Teléfono Oficina e internet	156,00	1872,00
Total	222,00	2664,00

Elaborado por: El autor

#### 4.8.3 Útiles de oficina

Tabla N° 74 Útiles de oficina

Insumos de oficina	Cantidad	Valor unitario en dólares	Valor mensual en dólares	Valor anual en dólares
Resma de papel boom	1	4,5	4,5	54
Esferos	3	0,35	1,05	12,6
Cuadernos	2	1,15	2,3	27,6
Grapas	1	0,45	0,45	5,4
Archiveros	2	2,2	4,4	52,8
Grapadora	1	1,1	1,1	1,1
Resaltador	1	0,75	0,75	9
Tinta impresora	1	15	15,00	45
Perforadora	1	2,25	2,25	2,25
<b>Total</b>			31,80	209,75

Elaborado por: El autor

#### 4.8.4 Servicios de Contabilidad.

Se contratará los servicios profesionales de una asesoría contable para la realización de las declaraciones y entre otros servicios; a continuación se detalla el monto a cancelar por dicho concepto.

Tabla N° 75 Servicios de contabilidad

Descripción	Valor mensual	Valor Anual
Servicio de Contabilidad	90.00	1080.00

Elaborado por: El autor

#### 4.9 Gastos de constitución

Los gastos de constitución son todos aquellos gastos necesarios y obligatorios para la creación de una empresa, los cuales deben ser cancelados antes de la puesta en marcha de la empresa.

Dichos gastos para el proyecto son los siguientes:

Tabla N° 76 Gastos de constitución

Descripción	Valor
Licencia única de funcionamiento (Ministerio de Turismo)	20.00
Inscripción en Registro Mercantil	30.00
Permiso Bomberos	25.00
Patente municipal	165.00
Licencia Ambiental	50.00
Registro de establecimiento turístico (Ministerio de Turismo)	43.20
RUC (SRI)	5.00
Permiso de funcionamiento	35.00
Total	373.20

Elaborado por: El autor

#### 4.10 Gasto de publicidad

Tabla N° 77 Gasto de publicidad

Concepto	Valor Mensual en dólares	Valor Anual en dólares
Hojas volantes	31,66	379,92
Impresión Valla Publicitaria	175,00	175,00
Costo Espacio Valla publicitaria	38,00	456,00
Radio	180,00	2160,00
Tarjetas	29,16	349,92
<b>Total</b>	<b>453,82</b>	<b>3520,84</b>

Elaborado por: El autor

#### 4.11 Capital de trabajo

El capital de trabajo son aquellos recursos que la empresa necesita para poder operar o empezar sus actividades, este capital se lo ha presupuestado para dos meses como se lo puede observar en el siguiente cuadro.

Tabla N° 78 Capital de trabajo

Concepto	Parcial Mensual en dólares	Total en dólares
<b>Costos de producción</b>		4290,6
Materia prima	2050,60	
Mano de obra directa	2240,00	
<b>Costos indirectos de producción</b>		1087,77
Materiales indirectos	105,85	
Mano de obra indirecta	120,00	
Gas	30,00	
Servicios Básicos	285,00	
Útiles de aseo	59,10	
Depreciación	487,82	
<b>Gastos Administrativos</b>		1403,80
Sueldos administrativos	1060,00	
Útiles de oficina	31,80	
Servicios de Contabilidad	90,00	
Servicios Básicos	222,00	
<b>Gasto de Ventas</b>		453,82
Publicidad	453,82	
Total mensual		7235,99
<b>Total Bimensual</b>		<b>14471,975</b>

Elaborado por: El autor

#### 4.12 Inversión total

Tabla N° 79 Inversión total

Concepto	Parcial en dólares	Valor total en dólares
Inversión Fija		129876,90
Terreno	38500,00	
Infraestructura Civil	58825,00	
Equipos de Computación	1737,00	
Equipo General	14600,00	
Muebles y Enseres	8794,00	
Lencería	5274,00	
Menaje Cocina	1402,00	
Vajilla	744,90	
Capital de trabajo		14471,98
Imprevistos		1447.20
Inversión diferida		373,20
Gastos de Constitución	373,20	
<b>Total</b>		<b>146169,27</b>

Elaborado por: El autor

#### 4.13 Financiamiento

Para la ejecución del proyecto será necesario una inversión de 146169,27 dólares, del cual se financiará el 41% con capital propio y el 59% a través de un crédito bancario.

El financiamiento de capital propio con el que cuenta el proyecto se encuentra constituido por: el terreno donde se edificará el hostel, enseres, entre otros, en cuanto al financiamiento externo, se optará al crédito de las pequeñas industrias que el Banco Nacional del Fomento otorga a una tasa de interés del 10%.

Tabla N° 80 Financiamiento

<b>Detalle</b>	<b>Monto en dólares</b>	<b>Porcentaje</b>
Recursos Propios	61169,27	41%
Financiamiento	85000,00	59%
<b>Total</b>	<b>146169,27</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: El autor

### **Análisis del capítulo.**

El diseño del hostel otorga la facilidad de brindar un excelente servicio ya que cada una de las áreas se encuentran ubicados de manera estratégica con la finalidad de brindar confort a los clientes y prestar un servicio eficiente. Además se definió los procesos e identifico los recursos tanto materiales como el talento humano necesario para la prestación de los servicios, con sus respectivos costos. Por lo tanto el proyecto es técnicamente viable ya que cumple con todos los aspectos técnicos necesarios para su implementación.

## **CAPÍTULO V**

### **5. ESTUDIO FINANCIERO**

#### **5.1 Determinación de ingresos proyectados**

Se refiere al volumen de ventas en unidades, multiplicadas por su precio. Los ingresos que el proyecto obtendrá provienen de las siguientes actividades: por la prestación del servicio de alojamiento, en el cual se cobrará el servicio de hospedaje por persona, por el servicio de restaurante, en donde se ofrecerá comida típica y platos a la carta, y por el servicio de guía turístico. Los precios de cada servicio crecen en base a la inflación acumulada del mes de septiembre del año 2016, índice que asciende al 1.19%, en cuanto a la proyección de la cantidad para las distintas fuentes de ingresos se realizará en función del crecimiento histórico de la demanda dato obtenido en el estudio de mercado.

En el siguiente cuadro se expondrá la proyección de ingresos del hostel de forma anual y separada, por el concepto de la venta de los productos gastronómicos, la prestación del servicio de alojamiento y guía turístico, además a continuación se presentará la proyección de los ingresos consolidados



Tabla N° 81 Proyección de ingresos

Detalle	Año 1 \$	Año 2 \$	Año 3 \$	Año 4 \$	Año 5 \$	Año 6 \$	Año 7 \$	Año 8 \$	Año 9 \$	Año 10 \$
<b>Servicio</b>										
<b>Alojamiento</b>										
<b>N° Turistas</b>	3312	3451	3596	3747	3904	4068	4239	4417	4603	4796
<b>Precio</b>	25,00	25,30	25,60	25,90	26,21	26,52	26,84	27,16	27,48	27,81
<b>Subtotal</b>	82800,00	87301,67	92052,35	97059,15	102329,35	107896,89	113770,33	119958,38	126497,44	133369,81
<b>Guía Turístico</b>										
<b>N° Turistas</b>	252	263	274	286	298	311	324	338	352	367
<b>Precio</b>	35,00	35,42	35,84	36,26	36,70	37,13	37,57	38,02	38,47	38,93
<b>Subtotal</b>	8820,00	9314,54	9819,60	10371,63	10935,40	11548,26	12174,15	12851,33	13542,89	14288,03
<b>Alimentación</b>										
<b>Desayunos</b>										
<b>N° Turistas</b>	1620	1688	1759	1833	1910	1990	2074	2161	2252	2347
<b>Precio</b>	5,00	5,06	5,12	5,18	5,24	5,30	5,37	5,43	5,50	5,56
<b>Subtotal</b>	8100,00	8540,44	9005,57	9496,10	10012,76	10556,28	11132,80	11737,83	12377,68	13053,33
<b>Menú del día</b>										
<b>N° Turistas</b>	2160	2251	2346	2445	2548	2655	2767	2883	3004	3130
<b>Precio</b>	7,00	7,08	7,17	7,25	7,34	7,43	7,51	7,60	7,69	7,79
<b>Subtotal</b>	15120,00	15944,51	16815,17	17733,31	18700,27	19717,44	20793,75	21923,30	23115,26	24371,41
<b>Platos típicos</b>										
<b>Fritada</b>										
<b>N° Turistas</b>	900	938	977	1018	1061	1106	1152	1200	1250	1303
<b>Precio</b>	5,00	5,06	5,12	5,18	5,24	5,30	5,37	5,43	5,50	5,56
<b>Subtotal</b>	4500,00	4745,81	5001,95	5273,88	5562,06	5866,96	6183,69	6518,00	6870,38	7246,91
<b>Seco de chivo</b>										
<b>N° Turistas</b>	420	438	456	475	495	516	538	561	585	610
<b>Precio</b>	4,00	4,05	4,10	4,14	4,19	4,24	4,29	4,35	4,40	4,45
<b>Subtotal</b>	1680,00	1772,85	1867,67	1968,64	2075,94	2189,77	2310,30	2437,73	2572,27	2714,11

Detalle	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
<b>Cuy</b>										
N° Turistas	276	288	300	313	326	340	354	369	384	400
Precio	7,00	7,08	7,17	7,25	7,34	7,43	7,51	7,60	7,69	7,79
Subtotal	1932,00	2039,99	2150,28	2270,15	2392,58	2525,02	2660,28	2806,00	2954,81	3114,56
<b>Carnes Coloradas</b>										
N° Turistas	480	500	521	543	566	590	615	641	668	696
Precio	4,50	4,55	4,61	4,66	4,72	4,77	4,83	4,89	4,95	5,01
Subtotal	2160,00	2276,78	2400,63	2531,78	2670,42	2816,78	2971,07	3133,53	3304,38	3483,86
<b>Platos a la carta</b>										
<b>Corvina apanada</b>										
N° Turistas	480	500	521	543	566	590	615	641	668	696
Precio	5,00	5,06	5,12	5,18	5,24	5,30	5,37	5,43	5,50	5,56
Subtotal	2400,00	2529,75	2667,37	2813,08	2967,13	3129,75	3301,19	3481,70	3671,53	3870,95
<b>Ceviche de camarón</b>										
N° Turistas	480	500	521	543	566	590	615	641	668	696
Precio	6,00	6,07	6,14	6,22	6,29	6,37	6,44	6,52	6,60	6,67
Subtotal	2880,00	3035,70	3200,84	3375,70	3560,56	3755,70	3961,43	4178,04	4405,84	4645,14
<b>Churrasco</b>										
N° Turistas	480	500	521	543	566	590	615	641	668	696
Precio	5,00	5,06	5,12	5,18	5,24	5,30	5,37	5,43	5,50	5,56
Subtotal	2400,00	2529,75	2667,37	2813,08	2967,13	3129,75	3301,19	3481,70	3671,53	3870,95
<b>Pollo a la plancha</b>										
N° Turistas	480	500	521	543	566	590	615	641	668	696
Precio	5,00	5,06	5,12	5,18	5,24	5,30	5,37	5,43	5,50	5,56
Subtotal	2400,00	2529,75	2667,37	2813,08	2967,13	3129,75	3301,19	3481,70	3671,53	3870,95

Elaborado por: El autor

### 5.1.1 Resumen de ingresos

Tabla N° 82 Resumen de ingresos

Servicio	Año 1 \$	Año 2 \$	Año 3 \$	Año 4 \$	Año 5 \$	Año 6 \$	Año 7 \$	Año 8 \$	Año 9 \$	Año 10 \$
Alojamiento	82800,00	87301,67	92052,35	97059,15	102329,35	107896,89	113770,33	119958,38	126497,44	133369,81
Guía Turístico	8820,00	9314,54	9819,60	10371,63	10935,40	11548,26	12174,15	12851,33	13542,89	14288,03
Alimentación										
Desayunos	8100,00	8540,44	9005,57	9496,10	10012,76	10556,28	11132,80	11737,83	12377,68	13053,33
Menú del día	15120,00	15944,51	16815,17	17733,31	18700,27	19717,44	20793,75	21923,30	23115,26	24371,41
Fritada	4500,00	4745,81	5001,95	5273,88	5562,06	5866,96	6183,69	6518,00	6870,38	7246,91
Seco de Chivo	1680,00	1772,85	1867,67	1968,64	2075,94	2189,77	2310,30	2437,73	2572,27	2714,11
Cuy	1932,00	2039,99	2150,28	2270,15	2392,58	2525,02	2660,28	2806,00	2954,81	3114,56
Carnes Coloradas	2160,00	2276,78	2400,63	2531,78	2670,42	2816,78	2971,07	3133,53	3304,38	3483,86
Corvina Apanada	2400,00	2529,75	2667,37	2813,08	2967,13	3129,75	3301,19	3481,70	3671,53	3870,95
Ceviche de Camarón	2880,00	3035,70	3200,84	3375,70	3560,56	3755,70	3961,43	4178,04	4405,84	4645,14
Churrasco	2400,00	2529,75	2667,37	2813,08	2967,13	3129,75	3301,19	3481,70	3671,53	3870,95
Pollo a la Plancha	2400,00	2529,75	2667,37	2813,08	2967,13	3129,75	3301,19	3481,70	3671,53	3870,95
<b>Total</b>	<b>135192,00</b>	<b>142561,53</b>	<b>150316,16</b>	<b>158519,59</b>	<b>167140,73</b>	<b>176262,36</b>	<b>185861,37</b>	<b>195989,23</b>	<b>206655,55</b>	<b>217900,03</b>

Elaborado por: El autor

## 5.2 Determinación de los Egresos

### 5.2.1 Costos de Operación y producción

Dentro de este ítem se presentan todos los costos y gastos que serán necesarios para ofertar los distintos servicios del hostel, para la proyección de los costos de la materia prima e insumos se ha tomado como índice de crecimiento la misma tasa de inflación utilizada en los precios.

- **Costo unitario del servicio de alojamiento**

El costo de mano de obra, se obtiene dividiendo el total de MOD para el total de metros cuadrados de las 13 habitaciones, llegando a un resultado mensual al cual se lo divide para treinta días, obteniendo así un costo diario por metro cuadrado. En cuanto para los costos indirectos se divide el total de indirectos para el total de metros cuadrados de todas las habitaciones, obteniendo como resultado una tasa predeterminada por metro cuadrado.

Tabla N° 83 Costo unitario servicio de alojamiento

Descripción	m <sup>2</sup> por habitación	Tasa predeterminada por día	Costo unitario en dólares
Mano de obra directa	17	0,27	4,57
Costos indirectos	17	0,38	6,41
Total			10,98

Elaborado por: El autor

- **Materia prima directa área de restaurante**

Tabla N° 84 Costo unitario Fritada

Ingredientes	Cantidad	Medida	Costo
Carne de fritada	4	lbs	9,4
Sal	45	gr	0,05
Aceite	40	ml	0,15
Cebolla blanca	200	gr	0,45
Mote	750	gr	1,5
Cebolla paiteña	250	gr	0,35
Maduro	300	gr	0,6
Maíz	750	gr	1,5
Tomate riñón	250	gr	0,25
Papas	950	gr	0,15
Total			14,4
Divid/8 porciones			1,80

Elaborado por: El autor

Tabla N° 85 Costo unitario Seco de borrego

Ingredientes	Cantidad	Medida	Costo
Carne de chivo	1000	gr	4,7
Sal	20	gr	0,03
Cebolla paiteña	250	gr	0,35
Arroz	650	gr	0,85
Naranjillas	250	gr	0,25
Tomate riñón	250	gr	0,25
Papas	1050	gr	0,2
Aguacate	180	gr	0,15
Total			6,78
Divid/6 porciones			1,13

Elaborado por: El autor

Tabla N° 86 Costo unitario Cuy

Ingredientes	Cantidad	Medida	Costo
Cuy	1	Unidad	7
Sal	20	gr	0,03
Aceite	40	ml	0,15
Cebolla Blanca	50	gr	0,13
Cebolla paiteña	50	gr	0,13
Tomate	150	gr	0,15
Papas	450	gr	0,1
Mote	150	gr	0,3
Maíz	150	gr	0,3
Aguacate	1	unidad	0,3
Total			8,59
Divid/ 2 porciones			4,3

Elaborado por: El autor

Tabla N° 87 Costo unitario Carnes coloradas

Ingredientes	Cantidad	Medida	Costo
Carne de res	2	lbs	4,3
Sal	35	gr	0,04
Aceite	40	ml	0,15
Cebolla paiteña	250	gr	0,35
Mote	300	gr	0,6
Aguacate	360	gr	0,3
Maíz	300	gr	0,6
Maduro	300	gr	0,6
Tomate	200	gr	0,2
Papas	850	gr	0,13
Total			7,27
Divid/ 4 porciones			1,82

Elaborado por: El autor

Tabla N° 88 Costo unitario Corvina apanada

Ingredientes	Cantidad	Medida	Costo
Corvina	750	gr	4,25
Sal	10	gr	0,02
Aceite	30	ml	0,13
Arroz	650	gr	0,85
Papas	1050	gr	0,2
Cebolla paiteña	250	gr	0,35
Tomate	250	gr	0,25
Aguacate	2	Unidades	0,6
Total			6,65
Divid/4 personas			1,66

Elaborado por: El autor

Tabla N° 89 Costo unitario Desayuno

Ingredientes	Cantidad	Medida	Costo
Frutas/ Jugo	50	gr	0,35
Sal	8	gr	0,02
Aceite	5	ml	0,08
Leche	20	ml	0,15
Pan tostado	2	Unidades	0,15
Mermelada	25	gr	0,12
Papaya	60	gr	0,35
Plátano	45	gr	0,15
Manzana	30	gr	0,2
Sandia	45	gr	0,2
Huevo	2	Unidades	0,3
Total			2,07

Elaborado por: El autor

Tabla N° 90 Costo unitario Ceviche de camarón

Ingredientes	Cantidad	Medida	Costo
Camarón	2	lbs	5,6
Cebolla paiteña	50	gr	0,15
Tomate riñón	10	gr	0,14
Sal	12	gr	0,02
Salsa de tomate	20	gr	0,2
Limón	4	Unidades	0,25
Total			6,36
Divid/4 personas			1,59

Elaborado por: El autor

Tabla N° 91 Costo unitario Churrasco

Ingredientes	Cantidad	Medida	Costo
Carne de res	2	lbs	4,3
Arroz	500	gr	0,75
Papas	850	gr	0,13
Sal	45	gr	0,05
Aceite	38	ml	0,17
Maduro	300	gr	0,6
Aguacate	1	Unidad	0,3
Cebolla paiteña	250	gr	0,35
Tomate	300	gr	0,3
Total			6,95
Divid/4 personas			1,74

Elaborado por: El autor

Tabla N° 92 Costo unitario Pollo a la plancha

Ingredientes	Cantidad	Medida	Costo
Pollo	8	lbs	18
Arroz	2	lbs	1,2
Sal	25	gr	0,03
Aceite	38	ml	0,17
Papas	1850	gr	0,28
Tomate riñón	450	gr	0,38
Pepino	350	gr	0,25
Cebolla paiteña	450	gr	0,38
Limón	5	Unidades	0,28
Total			20,97
Divid/10 personas			2,10

Elaborado por: El autor



Tabla N° 93 Costo unitario Menú del día

Ingredientes	Cantidad	Medida	Costo
Carne de Pollo	4	lbs	9
Sal	50	gr	0,19
Aceite	35	ml	0,14
Arroz	500	gr	0,75
Papas	1900	gr	0,3
Zanahoria	350	gr	0,25
Maíz	150	gr	0,3
Mote	150	gr	0,3
Maduro	300	gr	0,6
Brócoli	250	gr	0,15
Cebolla paiteña	50	gr	0,15
Tomate riñón	10	gr	0,14
Fruta	200	gr	1,8
Leche	60	ml	0,18
Total			14,25
Divid/4 personas			3,56

Elaborado por: El autor

Tabla N° 94 Proyección de materia prima

Descripción	Año 1 \$	Año 2 \$	Año 3 \$	Año 4 \$	Año 5 \$	Año 6 \$	Año 7 \$	Año 8 \$	Año 9 \$	Año 10 \$
<b>Desayunos</b>										
<b>Cantidad</b>	1620	1688	1759	1833	1910	1990	2074	2161	2252	2347
<b>Costo Unitario</b>	2,07	2,09	2,12	2,14	2,17	2,20	2,22	2,25	2,28	2,30
<b>Subtotal</b>	3353,40	3535,74	3728,30	3931,39	4145,28	4370,30	4608,98	4859,46	5124,36	5404,08
<b>Menú del día</b>										
<b>Cantidad</b>	2160	2251	2346	2445	2548	2655	2767	2883	3004	3130
<b>Costo Unitario</b>	3,56	3,60	3,65	3,69	3,74	3,78	3,82	3,87	3,92	3,96
<b>Subtotal</b>	7695,00	8114,62	8557,72	9024,99	9517,10	10034,77	10582,53	11157,39	11764,01	12403,31
<b>Fritada</b>										
<b>Cantidad</b>	900	938	977	1018	1061	1106	1152	1200	1250	1303
<b>Costo Unitario</b>	1,80	1,82	1,84	1,87	1,89	1,91	1,93	1,96	1,98	2,00
<b>Subtotal</b>	1620,00	1708,49	1800,70	1898,60	2002,34	2112,11	2226,13	2346,48	2473,34	2608,89
<b>Seco de chivo</b>										
<b>Cantidad</b>	420	438	456	475	495	516	538	561	585	610
<b>Costo Unitario</b>	1,13	1,14	1,16	1,17	1,18	1,20	1,21	1,23	1,24	1,26
<b>Subtotal</b>	474,60	500,83	527,62	556,14	586,45	618,61	652,66	688,66	726,67	766,74
<b>Cuy</b>										
<b>Cantidad</b>	276	288	300	313	326	340	354	369	384	400
<b>Costo Unitario</b>	4,30	4,35	4,40	4,45	4,50	4,56	4,61	4,67	4,72	4,78
<b>Subtotal</b>	1185,42	1251,68	1319,35	1392,90	1468,02	1549,28	1632,27	1721,68	1812,99	1911,00
<b>Carnes Coloradas</b>										
<b>Cantidad</b>	480	500	521	543	566	590	615	641	668	696
<b>Costo Unitario</b>	1,82	1,84	1,86	1,88	1,91	1,93	1,95	1,97	2,00	2,02
<b>Subtotal</b>	872,40	919,56	969,59	1022,56	1078,55	1137,67	1199,98	1265,60	1334,60	1407,09
<b>Corvina apanada</b>										
<b>Cantidad</b>	480	500	521	543	566	590	615	641	668	696
<b>Costo Unitario</b>	1,66	1,68	1,70	1,72	1,74	1,76	1,78	1,81	1,83	1,85
<b>Subtotal</b>	798,00	841,14	886,90	935,35	986,57	1040,64	1097,65	1157,66	1220,78	1287,09

	Año 1 \$	Año 2 \$	Año 3 \$	Año 4 \$	Año 5 \$	Año 6 \$	Año 7 \$	Año 8 \$	Año 9 \$	Año 10 \$
<b>Ceviche de camarón</b>										
<b>Cantidad</b>	480	500	521	543	566	590	615	641	668	696
<b>Costo Unitario</b>	1,59	1,61	1,63	1,65	1,67	1,69	1,71	1,73	1,75	1,77
<b>Subtotal</b>	763,20	804,46	848,22	894,56	943,55	995,26	1049,78	1107,18	1167,55	1230,96
<b>Churrasco</b>										
<b>Cantidad</b>	480	500	521	543	566	590	615	641	668	696
<b>Costo Unitario</b>	1,74	1,76	1,78	1,80	1,82	1,84	1,87	1,89	1,91	1,93
<b>Subtotal</b>	834,00	879,09	926,91	977,55	1031,08	1087,59	1147,16	1209,89	1275,86	1345,16
<b>Pollo a la plancha</b>										
<b>Cantidad</b>	480	500	521	543	566	590	615	641	668	696
<b>Costo Unitario</b>	2,10	2,12	2,15	2,17	2,20	2,22	2,25	2,28	2,31	2,33
<b>Subtotal</b>	1006,56	1060,98	1118,69	1179,81	1244,42	1312,62	1384,52	1460,22	1539,84	1623,48

Elaborado por: El autor

## Resumen de materia prima

Tabla N° 95 Resumen de materia prima

Detalle	Año 1 \$	Año 2 \$	Año 3 \$	Año 4 \$	Año 5 \$	Año 6 \$	Año 7 \$	Año 8 \$	Año 9 \$	Año 10 \$
Desayunos	3353,40	3535,74	3728,30	3931,39	4145,28	4370,30	4608,98	4859,46	5124,36	5404,08
Menú del día	7695,00	8114,62	8557,72	9024,99	9517,10	10034,77	10582,53	11157,39	11764,01	12403,31
Fritada	1620,00	1708,49	1800,70	1898,60	2002,34	2112,11	2226,13	2346,48	2473,34	2608,89
Seco de chivo	474,60	500,83	527,62	556,14	586,45	618,61	652,66	688,66	726,67	766,74
Cuy	1185,42	1251,68	1319,35	1392,90	1468,02	1549,28	1632,27	1721,68	1812,99	1911,00
Carnes Coloradas	872,40	919,56	969,59	1022,56	1078,55	1137,67	1199,98	1265,60	1334,60	1407,09
Corvina apanada	798,00	841,14	886,90	935,35	986,57	1040,64	1097,65	1157,66	1220,78	1287,09
Ceviche de camarón	763,20	804,46	848,22	894,56	943,55	995,26	1049,78	1107,18	1167,55	1230,96
Churrasco	834,00	879,09	926,91	977,55	1031,08	1087,59	1147,16	1209,89	1275,86	1345,16
Pollo a la plancha	1006,56	1060,98	1118,69	1179,81	1244,42	1312,62	1384,52	1460,22	1539,84	1623,48
<b>Total</b>	18602,58	19616,59	20684,01	21813,83	23003,36	24258,84	25581,66	26974,23	28440,00	29987,79

Elaborado por: El autor

- **Mano de obra directa**

La mano de obra directa se encuentra relacionado con el personal que laborará en el área de alojamiento, cocina, restaurante y guía turístico, para la proyección de los sueldos y salarios se utilizó una tasa de crecimiento promedio del 6%, índice calculado de acuerdo a la tendencia de los últimos cinco años del salario básico unificado, además para el cálculo del primer año no se tomó en cuenta el valor de los fondos de reserva y vacaciones , ya que estos son otorgados a partir del segundo año de trabajo.

- **Proyección de la mano de obra directa**

Tabla N° 96 Proyección de Mano de obra directa

Cargo	N° Personas	Salario Mensual	Aporte Mensual 12.15%	Décimo tercero mensual	Décimo Cuarto mensual	Vacación a partir del año 2	Fondos reserva a partir del año 2	Año 1 \$	Año 2 \$	Año 3 \$	Año 4 \$	Año 5 \$	Año 6 \$	Año 7 \$	Año 8 \$	Año 9 \$	Año 10 \$
Mesero	1	410,00	49,82	34,17	30,50	205,00	410,00	6293,78	7286,41	7723,59	8187,01	8678,23	9198,92	9750,86	10335,91	10956,06	11613,43
Mesero	1	410,00	49,82	34,17	30,50	205,00	410,00	6293,78	7286,41	7723,59	8187,01	8678,23	9198,92	9750,86	10335,91	10956,06	11613,43
Chef	1	600,00	72,90	50,00	30,50	300,00	600,00	9040,80	10483,25	11112,24	11778,98	12485,72	13234,86	14028,95	14870,69	15762,93	16708,70
Ayudante cocina	1	410,00	49,82	34,17	30,50	205,00	410,00	6293,78	7286,41	7723,59	8187,01	8678,23	9198,92	9750,86	10335,91	10956,06	11613,43
Mucama	1	410,00	49,82	34,17	30,50	205,00	410,00	6293,78	7286,41	7723,59	8187,01	8678,23	9198,92	9750,86	10335,91	10956,06	11613,43
Mucama	1	410,00	49,82	34,17	30,50	205,00	410,00	6293,78	7286,41	7723,59	8187,01	8678,23	9198,92	9750,86	10335,91	10956,06	11613,43
Guía turístico	1	410,00	49,82	34,17	30,50	205,00	410,00	6293,78	7286,41	7723,59	8187,01	8678,23	9198,92	9750,86	10335,91	10956,06	11613,43
<b>Total</b>								46803,48	54201,69	57453,79	60901,02	64555,08	68428,38	72534,09	76886,13	81499,30	86389,26

Elaborado por: El autor

### 5.2.2 Costos generales de fabricación

Estos costos se encuentran constituidos por los materiales indirectos, insumos de aseo, mano de obra indirecta, gas y los servicios básicos de las áreas de alojamiento y restaurante, todos estos rubros son considerados como costos indirectos de fabricación debido a que tienen una relación con la prestación de servicios que el hostel ofrece, para la proyección de los CIF se tomó en cuenta el mismo porcentaje de inflación del 3.9% que fue utilizado en el ítem de los ingresos.

- **Materiales Indirectos área de restaurante**

Tabla N° 97 Materiales indirectos

Servilleta Paquete 100 unid.										
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Cantidad Anual	144	149	155	161	167	173	180	187	194	201
Costo Unitario	0.70	0.73	0.76	0.78	0.81	0.85	0.88	0.91	0.95	0.98
Total	100.80	108.33	117.05	126.28	136.04	146.38	158.18	170.68	183.92	197.92

Elaborado por: El autor

- **Mano de Obra indirecta**

Se contratará los servicios de jardinería una vez a la semana con la finalidad de dar mantenimiento a las áreas verdes de proyecto, por este concepto se cancelará un valor de 30.00 dólares por la tarea realizada obteniendo un valor mensual de 120.00 por el pago de dicho servicio.

Tabla N° 98 Mano de obra indirecta

Descripción	Año 1 \$	Año 2 \$	Año 3 \$	Año 4 \$	Año 5 \$	Año 6 \$	Año 7 \$	Año 8 \$	Año 9 \$	Año 10 \$
<b>Jardinero</b>	1440.00	1526.40	1617.98	1715.06	1817.97	1927.04	2042.67	2165.23	2295.14	2432.85

Elaborado por: El autor

- **Consumo de Gas**

En cuanto al consumo de gas se estima que se consumirán dos bombonas de gas industrial de forma mensual en el área de restaurante, cada recarga de la bombona tiene un valor de 15.00 dólares generándose así un gasto mensual de 60.00 dólares por dicho ítem.

Tabla N° 99 Proyección de consumo de gas

Descripción	Año 1 \$	Año 2 \$	Año 3 \$	Año 4 \$	Año 5 \$	Año 6 \$	Año 7 \$	Año 8 \$	Año 9 \$	Año 10 \$
<b>Consumo de Gas</b>	360.00	373.91	388.36	403.36	418.95	435.14	451.95	469.42	487.55	506.39

Elaborado por: El autor

- **Servicios Básicos**

Los servicios básicos requeridos en el área de alojamiento y restaurante serán por concepto de agua potable y energía eléctrica, por ambos servicios se pagará un valor de 285.00 dólares mensuales.



Tabla N° 100 Proyección de servicios básicos

Descripción	Año 1 \$	Año 2 \$	Año 3 \$	Año 4 \$	Año 5 \$	Año 6 \$	Año 7 \$	Año 8 \$	Año 9 \$	Año 10 \$
Agua Potable	1320,00	1335,71	1351,60	1367,69	1383,96	1400,43	1417,10	1433,96	1451,02	1468,29
Energía Eléctrica	2100,00	2124,99	2150,28	2175,87	2201,76	2227,96	2254,47	2281,30	2308,45	2335,92

Elaborado por: El autor

- **Útiles de Aseo**

Dentro de este ítem se encuentran el desembolso de dinero por concepto de jabón, detergente, suavizante, entre otros los cuales fueron especificados en el capítulo anterior.

Tabla N° 101 Útiles de aseo

Descripción	Año 1 \$	Año 2 \$	Año 3 \$	Año 4 \$	Año 5 \$	Año 6 \$	Año 7 \$	Año 8 \$	Año 9 \$	Año 10 \$
Jabón tocador	36,00	36,43	36,86	37,30	37,74	38,19	38,65	39,11	39,57	40,04
Detergente Caneca	162,00	163,93	165,88	167,85	169,85	171,87	173,92	175,99	178,08	180,20
Suavizante	91,20	92,29	93,38	94,49	95,62	96,76	97,91	99,07	100,25	101,45
Papel higiénico/Paq 12	336,00	340,00	344,04	348,14	352,28	356,47	360,72	365,01	369,35	373,75
Jabón liquido	84,00	85,00	86,01	87,03	88,07	89,12	90,18	91,25	92,34	93,44
Escobas	60,00	60,71	61,44	62,17	62,91	63,66	64,41	65,18	65,96	66,74
<b>Total</b>	<b>709,20</b>	<b>717,64</b>	<b>726,18</b>	<b>734,82</b>	<b>743,57</b>	<b>752,41</b>	<b>761,37</b>	<b>770,43</b>	<b>779,60</b>	<b>788,87</b>

Elaborado por: El autor

- **Reposición de Menaje**

En el proyecto se realizará una reposición anual de la lencería, vajilla, y menaje de cocina, la reposición será del 10% del valor de total de la adquisición de los activos no depreciables.

Tabla N° 102 Activos no depreciables

Detalle	Valor
Lencería	5274.00
Menaje de cocina	1402.00
Vajilla	744.90
Total	<b>7420.90</b>

Elaborado por: El autor

Tabla N° 103 Reposición de menaje

Descripción	Año 1 \$	Año 2 \$	Año 3 \$	Año 4 \$	Año 5 \$	Año 6 \$	Año 7 \$	Año 8 \$	Año 9 \$	Año 10 \$
<b>Reposición de Menaje</b>	742.09	770.76	800.55	831.48	863.61	896.98	931.64	967.64	1005.03	1043.86

Elaborado por: El autor

- **Depreciación de activos.**

Con la finalidad de determinar la depreciación de propiedad, planta y equipo del proyecto se aplicará el método de línea recta en base a los porcentajes establecidos en la ley de régimen tributario interno, debido a que no se determina el período real de utilidad de los distintos activos como se establece en la niif para pymes.

En la sección 17 de las NIIF para pymes se establece que no siempre la vida útil de un activo es la duración o vida física del bien, por ende la norma insta que la determinación de la vida útil se la realizará en base al tiempo en el cual la entidad espera obtener los beneficios económicos derivados del activo, es decir que se debe establecer períodos reales de utilidad de los bienes.

- **Depreciación de activos operativos**

Para el cálculo de la depreciación de este tipo de activos se aplicó los porcentajes establecidos en base a la ley de régimen tributario interno vigente.

Tabla N° 104 Activos operativos

Activos	Valor Actual en dólares	Valor Residual en dólares	Vida Útil	% Depreciación
<b>Infraestructura</b>	58825.00	5882.50	20	5%
<b>Muebles y Enseres Operativo</b>	8109.00	810.90	10	10%
<b>Equipos en general Operativo</b>	13687.00	1368.70	10	10%

Elaborado por: El autor

- **Depreciación Infraestructura**

Tabla N° 105 Depreciación infraestructura

Período	Valor Actual en dólares	Depreciación en dólares	Depreciación acumulada en dólares	Valor de Rescate en dólares
<b>Año 1</b>	58825.00	2647.13	2647.13	56177.88
<b>Año 2</b>	58825.00	2647.13	5294.25	53530.75
<b>Año 3</b>	58825.00	2647.13	7941.38	50883.63
<b>Año 4</b>	58825.00	2647.13	10588.50	48236.50
<b>Año 5</b>	58825.00	2647.13	13235.63	45589.38
<b>Año 6</b>	58825.00	2647.13	15882.75	42942.25
<b>Año 7</b>	58825.00	2647.13	18529.88	40295.13
<b>Año 8</b>	58825.00	2647.13	21177.00	37648.00
<b>Año 9</b>	58825.00	2647.13	23824.13	35000.88
<b>Año 10</b>	58825.00	2647.13	26471.25	32353.75
<b>Año 11</b>	58825.00	2647.13	29118.38	29706.63
<b>Año 12</b>	58825.00	2647.13	31765.50	27059.50
<b>Año 13</b>	58825.00	2647.13	34412.63	24412.38
<b>Año 14</b>	58825.00	2647.13	37059.75	21765.25
<b>Año 15</b>	58825.00	2647.13	39706.88	19118.13
<b>Año 16</b>	58825.00	2647.13	42354.00	16471.00
<b>Año 17</b>	58825.00	2647.13	45001.13	13823.88
<b>Año 18</b>	58825.00	2647.13	47648.25	11176.75
<b>Año 19</b>	58825.00	2647.13	50295.38	8529.63
<b>Año 20</b>	58825.00	2647.13	52942.50	5882.50

Elaborado por: El autor

- **Depreciación Muebles y Enseres Operativo**

Tabla N° 106 Depreciación muebles y enseres operativos

Período	Valor Actual en dólares	Depreciación en dólares	Depreciación acumulada en dólares	Valor de Rescate en dólares
<b>Año 1</b>	8109.00	729.81	729.81	7379.19
<b>Año 2</b>	8109.00	729.81	1459.62	6649.38
<b>Año 3</b>	8109.00	729.81	2189.43	5919.57
<b>Año 4</b>	8109.00	729.81	2919.24	5189.76
<b>Año 5</b>	8109.00	729.81	3649.05	4459.95
<b>Año 6</b>	8109.00	729.81	4378.86	3730.14
<b>Año 7</b>	8109.00	729.81	5108.67	3000.33
<b>Año 8</b>	8109.00	729.81	5838.48	2270.52
<b>Año 9</b>	8109.00	729.81	6568.29	1540.71
<b>Año 10</b>	8109.00	729.81	7298.1	810.90

Elaborado por: El autor

- **Depreciación Equipos en General Operativo**

Tabla N° 107 Depreciación equipos en general operativo

Período	Valor Actual en dólares	Depreciación en dólares	Depreciación acumulada en dólares	Valor de Rescate en dólares
<b>Año 1</b>	13687.00	1231.83	1231.83	12455.17
<b>Año 2</b>	13687.00	1231.83	2463.66	11223.34
<b>Año 3</b>	13687.00	1231.83	3695.49	9991.51
<b>Año 4</b>	13687.00	1231.83	4927.32	8759.68
<b>Año 5</b>	13687.00	1231.83	6159.15	7527.85
<b>Año 6</b>	13687.00	1231.83	7390.98	6296.02
<b>Año 7</b>	13687.00	1231.83	8622.81	5064.19
<b>Año 8</b>	13687.00	1231.83	9854.64	3832.36
<b>Año 9</b>	13687.00	1231.83	11086.47	2600.53
<b>Año 10</b>	13687.00	1231.83	12318.3	1368.70

Elaborado por: El autor

- **Resumen de depreciación**

Tabla N° 108 Resumen de depreciación

Detalle	Año 1 \$	Año 2 \$	Año 3 \$	Año 4 \$	Año 5 \$	Año 6 \$	Año 7 \$	Año 8 \$	Año 9 \$	Año 10 \$
<b>Depreciación Costo</b>										
<b>Infraestructura</b>	2647.13	2647.13	2647.13	2647.13	2647.13	2647.13	2647.13	2647.13	2647.13	2647.13
<b>Muebles y Enseres</b>	729.81	729.81	729.81	729.81	729.81	729.81	729.81	729.81	729.81	729.81
<b>Equipo en generales</b>	1231.8	1231.8	1231.83	1231.83	1231.83	1231.83	1231.83	1231.83	1231.83	1231.83
<b>Subtotal</b>	<b>4608.77</b>	<b>4608.77</b>	<b>4608.77</b>	<b>4608.77</b>	<b>4608.77</b>	<b>4608.77</b>	<b>4608.77</b>	<b>4608.77</b>	<b>4608.77</b>	<b>4608.77</b>

Elaborado por: El autor

- **Resumen de costos indirectos de fabricación**

Tabla N° 109 Resumen de costos indirectos de fabricación

Cuentas	Año 1 \$	Año 2 \$	Año 3 \$	Año 4 \$	Año 5 \$	Año 6 \$	Año 7 \$	Año 8 \$	Año 9 \$	Año 10 \$
Materiales	100,80	106,25	111,81	118,22	124,77	131,45	138,27	146,00	153,90	161,96
Mano de obra indirecta	1440,00	1526,40	1617,98	1715,06	1817,97	1927,04	2042,67	2165,23	2295,14	2432,85
Consumo de Gas	360,00	364,28	368,62	373,01	377,44	381,94	386,48	391,08	395,73	400,44
Servicio Básicos	3420,00	3460,70	3501,88	3543,55	3585,72	3628,39	3671,57	3715,26	3759,47	3804,21
Útiles de aseo	709,20	717,64	726,18	734,82	743,57	752,41	761,37	770,43	779,60	788,87
Depreciaciones (costo)	4608,77	4608,77	4608,77	4608,77	4608,77	4608,77	4608,77	4608,77	4608,77	4608,77
Reposición de Menaje	742,09	750,92	759,86	768,90	778,05	787,31	796,68	806,16	815,75	825,46
<b>Total</b>	<b>11380,86</b>	<b>11534,96</b>	<b>11695,10</b>	<b>11862,33</b>	<b>12036,28</b>	<b>12217,31</b>	<b>12405,80</b>	<b>12602,92</b>	<b>12808,36</b>	<b>13022,56</b>

Elaborado por: El autor

- **Resumen de costos de producción**

Tabla N° 110 Resumen de costos de producción

Cuentas	Año 1 \$	Año 2 \$	Año 3 \$	Año 4 \$	Año 5 \$	Año 6 \$	Año 7 \$	Año 8 \$	Año 9 \$	Año 10 \$
Materia Prima	18602,58	19616,59	20684,01	21813,83	23003,36	24258,84	25581,66	26974,23	28440,00	29987,79
Mano de obra directa	46803,48	54201,69	57453,79	60901,02	64555,08	68428,38	72534,09	76886,13	81499,30	86389,26
Costos indirectos fabricación	11380,86	11534,96	11695,10	11862,33	12036,28	12217,31	12405,80	12602,92	12808,36	13022,56
<b>Total</b>	<b>76786,92</b>	<b>85353,24</b>	<b>89832,90</b>	<b>94577,18</b>	<b>99594,72</b>	<b>104904,53</b>	<b>110521,55</b>	<b>116463,29</b>	<b>122747,65</b>	<b>129399,61</b>

Elaborado por: El autor

### **5.3 Gastos administrativos**

Son desembolsos de dinero generados por concepto de la gestión del hostal, este ítem se encuentra constituido por los útiles de oficina, servicios básicos utilizados en el área administrativa y los sueldos administrativos, estos dos primeros rubros serán proyectados en base a la tasa de inflación del 1.19%, en cuanto a los sueldos estos serán proyectados en base a la misma tasa utilizada en la mano de obra directa.

#### **5.3.1 Sueldo administrativo**

Los sueldos administrativos se encuentran conformado por el gerente y recepcionista, a los cuales se les cancelará un sueldo anual que se detalla a continuación:

- **Proyección sueldos administrativo**

Tabla N° 111 Proyección sueldos administrativos

Cargo	N° Pers	Salario Mensual	Aporte Mensual 12.15%	Décimo tercero mensual	Décimo Cuarto mensual	Año 1 \$	Vacaciones	Fondos reserva	Año 2 \$	Año 3 \$	Año 4 \$	Año 5 \$	Año 6 \$	Año 7 \$	Año 8 \$	Año 9 \$	Año 10 \$
<b>Gerente</b>	<b>1</b>	650,00	78,98	54,17	30,50	9763,70	325,00	650,00	11324,52	12003,99	12724,23	13487,69	14296,95	15154,76	16064,05	17027,89	18049,57
<b>Recepcionista</b>	<b>1</b>	410,00	49,82	34,17	30,50	6293,78	205,00	410,00	7286,41	7723,59	8187,01	8678,23	9198,92	9750,86	10335,91	10956,06	11613,43
<b>Total</b>						16057,48			18610,93	19727,58	20911,24	22165,91	23495,87	24905,62	26399,96	27983,96	29662,99

Elaborado por: El autor



### 5.3.2 Útiles de Oficina

Tabla N° 112 Proyección de útiles de oficina

Insumos oficina	Cantidad	Valor Unitario \$	Año 1 \$	Año 2 \$	Año 3 \$	Año 4 \$	Año 5 \$	Año 6 \$	Año 7 \$	Año 8 \$	Año 9 \$	Año 10 \$
Resma de papel boom	12	4.50	54.00	56.09	58.25	60.50	62.84	65.27	67.79	70.41	73.13	75.96
Esferos	36	0.35	12.60	13.09	13.59	14.12	14.66	15.23	15.82	16.43	17.06	17.72
Cuadernos	24	1.15	27.60	28.67	29.77	30.92	32.12	33.36	34.65	35.99	37.38	38.82
Grapas	12	0.45	5.40	5.61	5.83	6.05	6.28	6.53	6.78	7.04	7.31	7.60
Archiveros	24	2.2	52.80	54.84	56.96	59.16	61.45	63.82	66.29	68.85	71.51	74.27
Grapadora	1	1.1	1.10	1.14	1.19	1.23	1.28	1.33	1.38	1.43	1.49	1.55
Resaltador	12	0.75	9.00	9.35	9.71	10.08	10.47	10.88	11.30	11.74	12.19	12.66
Tinta impresora	3	15.00	45.00	46.74	48.54	50.42	52.37	54.39	56.49	58.68	60.94	63.30
Perforada	1	2.25	2.25	2.34	2.43	2.52	2.62	2.72	2.82	2.93	3.05	3.16
<b>Total</b>			<b>209.75</b>	<b>217.85</b>	<b>226.27</b>	<b>235.02</b>	<b>244.10</b>	<b>253.53</b>	<b>263.33</b>	<b>273.50</b>	<b>284.07</b>	<b>295.04</b>

Elaborado por: El autor

### 5.3.3 Servicios básicos administrativos

Por concepto de energía eléctrica, internet, teléfono y agua potable en el área administrativa se cancelara un valor mensual de 222.00 dólares, a continuación se presenta la proyección anual de los servicios básicos.

Tabla N° 113 Proyección de servicios básicos administrativos

Concepto	Año 1 \$	Año 2 \$	Año 3 \$	Año 4 \$	Año 5 \$	Año 6 \$	Año 7 \$	Año 8 \$	Año 9 \$	Año 10 \$
Agua Potable	216,00	218,57	221,17	223,80	226,47	229,16	231,89	234,65	237,44	240,27
Energía Eléctrica	576,00	582,85	589,79	596,81	603,91	611,10	618,37	625,73	633,17	640,71
Teléfono Oficina e internet	1872,00	1894,28	1916,82	1939,63	1962,71	1986,07	2009,70	2033,62	2057,82	2082,30
<b>Total</b>	<b>2664,00</b>	<b>2695,70</b>	<b>2727,78</b>	<b>2760,24</b>	<b>2793,09</b>	<b>2826,33</b>	<b>2859,96</b>	<b>2893,99</b>	<b>2928,43</b>	<b>2963,28</b>

Elaborado por: El autor

### 5.3.4 Depreciación de activos administrativos

Para el cálculo y proyección de la depreciación de los activos administrativos se aplicó el método de línea recta, en el que se establece un valor residual del 10%, además los porcentajes aplicados para el cálculo de la depreciación se encuentran en base a la ley de régimen tributario interno vigente.

Tabla N° 114 Activos administrativos

Activos Fijos	Valor Actual en dólares	Valor Residual en dólares	Vida Útil	% Depreciación
Terreno	38500.00	-	-	-
Muebles y Enseres Administrativo	685.00	68.50	10	10%
Equipo de computación	1737.00	-	3	3%
Equipos en general Administrativo	913.00	91.30	10	10%

Elaborado por: El autor

- **Depreciación Equipo de Computación**

Tabla N° 115 Depreciación equipo de computación

Período	Valor Actual en dólares	Depreciación en dólares	Depreciación Acumulada en dólares	Valor de Rescate
Año 1	1737.00	579.00	579	1158
Año 2	1737.00	579.00	1158	579
Año 3	1737.00	579.00	1737	0
<b>Renovación</b>				
Año 4	1804.12	601.37	601.37	1202.75
Año 5	1804.12	601.37	1202.75	601.37
Año 6	1804.12	601.37	1804.12	0
<b>Renovación</b>				
Año 7	1873.83	624.61	624.61	1249.22
Año 8	1873.83	624.61	1249.22	624.61
Año 9	1873.83	624.61	1873.83	0
<b>Renovación</b>				
Año 10	1946.23	648.74	648.74	1297.49

Elaborado por: El autor

- **Depreciación Equipos en General Administrativo**

Tabla N° 116 Depreciación equipos en general administrativo

Período	Valor Actual en dólares	Depreciación en dólares	Depreciación Acumulada en dólares	Valor de Rescate
Año 1	913.00	82.17	82.17	830.83
Año 2	913.00	82.17	164.34	748.66
Año 3	913.00	82.17	246.51	666.49
Año 4	913.00	82.17	328.68	584.32
Año 5	913.00	82.17	410.85	502.15
Año 6	913.00	82.17	493.02	419.98
Año 7	913.00	82.17	575.19	337.81
Año 8	913.00	82.17	657.36	255.64
Año 9	913.00	82.17	739.53	173.47
Año 10	913.00	82.17	821.7	91.3

Elaborado por: El autor

- **Depreciación Muebles y Enseres Administrativos**

Tabla N° 117 Depreciación muebles y enseres administrativos

Período	Valor Actual en dólares	Depreciación en dólares	Depreciación Acumulada en dólares	Valor de Rescate
Año 1	685.00	61.65	61.65	623.35
Año 2	685.00	61.65	123.30	561.70
Año 3	685.00	61.65	184.95	500.05
Año 4	685.00	61.65	246.60	438.40
Año 5	685.00	61.65	308.25	376.75
Año 6	685.00	61.65	369.90	315.10
Año 7	685.00	61.65	431.55	253.45
Año 8	685.00	61.65	493.20	191.80
Año 9	685.00	61.65	554.85	130.15
Año 10	685.00	61.65	616.50	68.50

Elaborado por: El autor

- Resumen de depreciación**

Tabla N° 118 Resumen de depreciación activos administrativos

Depreciación Gasto										
Concepto	Año 1 \$	Año 2 \$	Año 3 \$	Año 4 \$	Año 5 \$	Año 6 \$	Año 7 \$	Año 8 \$	Año 9 \$	Año 10 \$
Muebles y Enseres	61.65	61.65	61.65	61.65	61.65	61.65	61.65	61.65	61.65	61.65
Equipos en Generales	82.17	82.17	82.17	82.17	82.17	82.17	82.17	82.17	82.17	82.17
Equipo de computación	579.00	579.00	579.00	601.37	601.37	601.37	624.61	624.61	624.61	648.74
Subtotal	722.82	722.82	722.82	745.19	745.19	745.19	768.43	768.43	768.43	792.56

Elaborado por: El autor

### 5.3.5 Servicios de Contabilidad.

Por este concepto se cancelara un valor mensual de 90.00 dólares, además para la proyección del servicio de contabilidad se utilizó la tasa del 6%, índice calculado en la proyección de la mano de obra directa.

Tabla N° 119 Servicios de contabilidad

Detalle	Año 1 \$	Año 2 \$	Año 3 \$	Año 4 \$	Año 5 \$	Año 6 \$	Año 7 \$	Año 8 \$	Año 9 \$	Año 10 \$
Servicios de Contabilidad	1080.00	1144.80	1213.49	1286.30	1363.48	1445.28	1532.00	1623.92	1721.36	1824.64

Elaborado por: El autor

### 5.3.6 Resumen de gastos administrativo

Tabla N° 120 Resumen de gastos administrativo

Detalle	Año 1 \$	Año 2 \$	Año 3 \$	Año 4 \$	Año 5 \$	Año 6 \$	Año 7 \$	Año 8 \$	Año 9 \$	Año 10 \$
Sueldo administrativo	16057,48	18610,93	19727,58	20911,24	22165,91	23495,87	24905,62	26399,96	27983,96	29662,99
Útiles de oficina	209,75	212,25	214,77	217,33	219,91	222,53	225,18	227,86	230,57	233,31
Servicios básico	2664,00	2695,70	2727,78	2760,24	2793,09	2826,33	2859,96	2893,99	2928,43	2963,28
Depreciación (gasto)	722,82	722,82	722,82	729,71	729,71	729,71	736,68	736,68	736,68	743,74
Servicios de Contabilidad	1080,00	1144,80	1213,49	1286,30	1363,48	1445,28	1532,00	1623,92	1721,36	1824,64
<b>Total</b>	20734,05	23386,50	24606,44	25904,82	27272,10	28719,72	30259,44	31882,41	33600,99	35427,96

Elaborado por: El autor

## 5.4 Gastos Ventas

El gasto de venta únicamente se encuentra conformado por el concepto de publicidad, el cual servirá para dar a conocer los servicios que el hostel ofrece a los potenciales clientes.

### 5.4.1 Proyección de gasto de publicidad

Tabla N° 121 Proyección de gasto de publicidad

Concepto	Cantidad	Valor Unitario dólares	Año 1 \$	Año 2 \$	Año 3 \$	Año 4 \$	Año 5 \$	Año 6 \$	Año 7 \$	Año 8 \$	Año 9 \$	Año 10 \$
Hojas volantes	12000	0,03	379,92	384,44	389,02	393,65	398,33	403,07	407,87	412,72	417,63	422,60
Impresión Valla Publicitaria	1	175.00	175,00	177,08	179,19	181,32	183,48	185,66	187,87	190,11	192,37	194,66
Costo Espacio Valla publicitaria	12	38.00	456,00	461,43	466,92	472,47	478,10	483,79	489,54	495,37	501,26	507,23
Radio	12	180.00	2160,00	2185,70	2211,71	2238,03	2264,67	2291,62	2318,89	2346,48	2374,40	2402,66
Tarjetas	1000	0,02	349,92	354,08	358,30	362,56	366,88	371,24	375,66	380,13	384,65	389,23
<b>Total</b>			3520,84	3562,74	3605,13	3648,04	3691,45	3735,38	3779,83	3824,81	3870,32	3916,38

Elaborado por: El autor

## 5.5 Gastos Financieros

Para la ejecución del proyecto se solicitara un crédito de 84500.00 dólares al Ban Ecuador, a un plazo de cinco años, el cual será cancelado en cuotas mensuales, dicho préstamo generará un interés total de 22150.40 dólares.

### 5.5.1 Resumen de pago de capital

Tabla N° 122 Resumen de pago de capital

Período	Valor de Cuota	Interés	Amortización
<b>Año 1</b>	21330,08	7489,19	13840,89
<b>Año 2</b>	21330,08	6105,10	15224,98
<b>Año 3</b>	21330,08	4582,61	16747,47
<b>Año 4</b>	21330,08	2907,86	18422,22
<b>Año 5</b>	21330,08	1065,64	20264,44
<b>Total</b>	106650,40	22150,40	84500,00

Elaborado por: El autor

## 5.6 Activos diferidos

Para el cálculo de la amortización de los activos diferidos los cuales corresponden a los gastos de constitución se aplicó un porcentaje anual del 20% a un período de cinco años.

### 5.6.1 Amortización activos diferidos

Tabla N° 123 Amortización activos diferidos

Detalles	Valor Inicial dólares	% Amortización Anual	Año 1 \$	Año 2 \$	Año 3 \$	Año 4 \$	Año 5 \$
Gastos de constitución	373.20	20%	74.64	74.64	74.64	74.64	74.64
Total	373.20		74.64	74.64	74.64	74.64	74.64

Elaborado por: El autor

## 5.7 Estado de situación financiera

Es un informe financiero donde se detalla los activos, pasivos y patrimonio con el que contará el hostel al inicio de sus actividades.

### 5.7.1 Estado de Situación Financiera

Tabla N° 124 Estado de Situación Financiera

<b>Hostal Sacha</b>			
<b>Estado de Situación Financiera</b>			
<b>Al año Cero</b>			
<b>Expresado en dólares americanos</b>			
<b>ACTIVOS</b>		<b>PASIVOS</b>	
<b>Activos Corrientes</b>		<b>Pasivos no corrientes</b>	
Efectivo y equivalentes de efectivo	15919,17	Préstamo Bancario	85000,00
<b>Activos no corrientes</b>		<b>Total Pasivos</b>	<b>85000,00</b>
Terreno	38500,00		
Infraestructura	58825,00		
Equipos de Computación	1737,00		
Muebles y enseres	8794,00		
Equipos en General	14600,00		
Depreciaciones		<b>PATRIMONIO</b>	
Lencería	5274,00	Capital	61169,27
Menaje de cocina	1402,00	<b>Total Patrimonio</b>	<b>61169,27</b>
Vajilla	744,90		
Total Otros Activos			
<b>Activos diferidos</b>			
Gasto de Constitución	373,20		
<b>Total Activos</b>	<b>146169,27</b>	<b>Total Pasivos y Patrimonio</b>	<b>146169,27</b>
Elaborado por: El autor			



## 5.8 Estado de Resultado

El Estado de Resultados es un reporte financiero que refleja la evolución económica del proyecto, como se presenta a continuación:

Tabla N° 125 Estado de Resultados

Cuentas	Año 1 \$	Año 2 \$	Año 3 \$	Año 4 \$	Año 5 \$	Año 6 \$	Año 7 \$	Año 8 \$	Año 9 \$	Año 10 \$
Ventas netas	135192,00	142561,53	150316,16	158519,59	167140,73	176262,36	185861,37	195989,23	206655,55	217900,03
- Costos de producción	76786,92	85353,24	89832,90	94577,18	99594,72	104904,53	110521,55	116463,29	122747,65	129399,61
= Utilidad bruta en ventas	58405,09	57208,30	60483,27	63942,41	67546,01	71357,82	75339,82	79525,94	83907,90	88500,42
- Gastos de Administración	20808,69	23461,14	24681,08	25979,46	27346,74	28719,72	30259,44	31882,41	33600,99	35427,96
- Gastos de Ventas	3520,84	3562,74	3605,13	3648,04	3691,45	3735,38	3779,83	3824,81	3870,32	3916,38
= Utilidad Bruta en operaciones	34075,56	30184,42	32197,05	34314,92	36507,82	38902,73	41300,55	43818,72	46436,58	49156,08
- Gastos Financieros	7489,19	6105,10	4582,61	2907,86	1065,64					
= Utilidad Neta antes Obligaciones	26586,36	24079,32	27614,44	31407,06	35442,19	38902,73	41300,55	43818,72	46436,58	49156,08
- 15% Participación Trabajadores	3987,95	3611,90	4142,17	4711,06	5316,33	5835,41	6195,08	6572,81	6965,49	7373,41
= Utilidad neta antes del Imp. Renta	22598,41	20467,42	23472,27	26696,00	30125,86	33067,32	35105,47	37245,92	39471,09	41782,67
- Impuesto a la Renta	114,68	-363,94	183,99	775,06	1406,72	193,66	607,13	1045,02	1502,95	-683,16
= Utilidad Neta	22483,73	20831,36	23288,28	25920,94	28719,14	32873,66	34498,34	36200,89	37968,15	42465,83

Elaborado por: El autor

## 5.9 Flujo de efectivo

Tabla N° 126 Flujo de efectivo

Cuentas	Año 0 \$	Año 1 \$	Año 2 \$	Año 3 \$	Año 4 \$	Año 5 \$	Año 6 \$	Año 7 \$	Año 8 \$	Año 9 \$	Año 10 \$
Ingresos											
Utilidad neta		22483,73	20831,36	23288,28	25920,94	28719,14	32873,66	34498,34	36200,89	37968,15	42465,83
Valor de Rescate											40839,40
Depreciaciones		5331,59	5331,59	5331,59	5338,48	5338,48	5338,48	5345,45	5345,45	5345,45	5352,50
Total Ingresos		27815,31	26162,94	28619,87	31259,41	34057,61	38212,13	39843,79	41546,34	43313,59	88657,73
Egresos											
Amortización de diferidos	-373,20	74,64	74,64	74,64	74,64	74,64	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Inversiones	-129876,90				1804,12			1873,83			1946,23
Capital de trabajo	-15919,17										
Amortizaciones de crédito		13840,89	15224,98	16747,47	18422,22	20264,44	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Total de Egresos		13915,53	15299,62	16822,11	20300,98	20339,08	0,00	1873,83	0,00	0,00	1946,23
<b>Flujo de caja neto</b>	-146169,27	13899,78	10863,32	11797,75	10958,43	13718,53	38212,13	37969,96	41546,34	43313,59	86711,50

Elaborado por: El autor

## 5.10 Análisis financiero

El análisis financiero del proyecto es muy importante ya que permitirá determinar la factibilidad del proyecto mediante la utilización de indicadores financieros, los cuales facilitarán el proceso de toma de decisión de si se debe llevar a cabo o no el proyecto.

### 5.10.1 Costo de oportunidad

Para la determinación del costo de oportunidad se ha utilizado una tasa pasiva del 5.25%, el cual es la tasa de interés promedio que pagan las instituciones financieras por un depósito a plazo fijo dato obtenido del Banco Central del Ecuador, además para dicho cálculo se tomó una tasa activa del 10%, porcentaje que el Ban Ecuador cobra por el préstamo requerido para este tipo de proyectos

Tabla N° 127 Costo de oportunidad

Descripción	Inversión en dólares	%	Tasa de operación	Valor ponderado
<b>Aporte propio</b>	61169,27	0,42	5,25%	0,022
<b>Aporte financiado</b>	85000,00	0,58	10%	0,058
<b>Total</b>	146169,27			0,080
<b>Costo Oportunidad</b>				8

Elaborado por: El autor

$C_k = 8\%$

### 5.10.2 Tasa de rendimiento mínimo

Es la rentabilidad mínima que un inversionista espera obtener ante una determinada inversión.

$$TMAR = (1 + C_k)(1 + I_f) - 1$$

$$TMAR = (1 + 8\%)(1 + 1.19\%) - 1$$

TMAR= 9.30%

La tasa mínima aceptable de rendimiento del capital total es de 9.30%.

### 5.10.3 VAN

El VAN expresa la diferencia entre el valor actualizado de los ingresos y de los gastos generados por una inversión, es decir representa el flujo de caja traído a valor presente a través de la actualización de los flujos de caja mediante la utilización de una tasa.

Tabla N° 128 VAN

Períodos	Flujo Neto de Efectivo en dólares	Valor Ajustado 9.30%
0	-146169,27	-146169,27
1	13899,78	12717,38
2	10863,32	9093,73
3	11797,75	9035,83
4	10958,43	7679,03
5	13718,53	8795,39
6	38212,13	22415,00
7	37969,96	20378,26
8	41546,34	20400,89
9	43313,59	19459,44
10	86711,50	35642,84
VAN		19448,51

Elaborado por: El autor

Formula:

$$VAN = -Inv. Inic + \frac{VF}{(1+r)^1} + \frac{VF}{(1+r)^2} + \frac{VF}{(1+r)^n}$$

VAN= 19448,51

El valor actual neto que el proyecto generará es de 19448,51 dólares, lo que significa que la implementación del hostel generara una rentabilidad ya que el valor del VAN es positivo y además supera la tasa de rendimiento mínimo.

#### 5.10.4 TIR

Es un índice financiero que expresa la rentabilidad de un proyecto en términos porcentuales, esta tasa se lo determina a través de la obtención de un VAN positivo y uno negativo, los cuales serán comparados para el cálculo del mismo.

Tabla N° 129 TIR

Períodos	Flujo Neto de Efectivo	Valor Ajustado 9.30%	Períodos	Flujo Neto de Efectivo	Valor Ajustado 11.50%
<b>0</b>	-146169,27	-146169,27	<b>0</b>	-146169,27	-146169,27
<b>1</b>	13899,78	12717,38	<b>1</b>	13899,78	12466,17
<b>2</b>	10863,32	9093,73	<b>2</b>	10863,32	8738,02
<b>3</b>	11797,75	9035,83	<b>3</b>	11797,75	8510,89
<b>4</b>	10958,43	7679,03	<b>4</b>	10958,43	7090,04
<b>5</b>	13718,53	8795,39	<b>5</b>	13718,53	7960,37
<b>6</b>	38212,13	22415,00	<b>6</b>	38212,13	19886,21
<b>7</b>	37969,96	20378,26	<b>7</b>	37969,96	17722,14
<b>8</b>	41546,34	20400,89	<b>8</b>	41546,34	17391,37
<b>9</b>	43313,59	19459,44	<b>9</b>	43313,59	16261,12
<b>10</b>	86711,50	35642,84	<b>10</b>	86711,50	29196,31
		19448,51			-946,63

Elaborado por: El autor

Formula:

$$TIR = T_i + (T_s - T_i) \frac{VANT_i}{VANT_i - VANT_s}$$

$$TIR = 9.30\% + (11.50\% - 9.30\%) \frac{19448.51}{19448.51 - (-946.63)}$$

$$TIR = 11.40\%$$

El TIR del proyecto es del 11.40%, lo que significa que el proyecto es rentable debido a que este índice es mayor que el costo de capital de mercado del 10%.

### 5.10.5 Relación costo beneficio

Mediante este índice financiero se analizará y comparará en términos monetarios los costos y los beneficios generados por el proyecto, por lo cual permitirá medir la rentabilidad del mismo ya que se evaluará si los ingresos o beneficios superan los costos.

Tabla N° 130 Relación Costo-Beneficio

Año	Ingresos	Factor i	Flujos actualizados ingresos	Costos	Costos actualizados
<b>0</b>	-146169,27	1	-146169,27		
<b>1</b>	27815,31	0,99	27488,20	13915,53	13751,88
<b>2</b>	26162,94	0,98	25551,20	15299,62	14941,88
<b>3</b>	28619,87	0,97	27621,98	16822,11	16235,58
<b>4</b>	31259,41	0,95	29814,70	20300,98	19362,73
<b>5</b>	34057,61	0,94	32101,57	20339,08	19170,94
<b>6</b>	38212,13	0,93	35593,91	0,00	0,00
<b>7</b>	39843,79	0,92	36677,31	1873,83	1724,91
<b>8</b>	41546,34	0,91	37794,79	0,00	0,00
<b>9</b>	43313,59	0,90	38939,09	0,00	0,00
<b>10</b>	88657,73	0,89	78766,34	1946,23	1729,09
TOTAL			224179,82		86917,02

Elaborado por: El autor

$$\text{Costo Beneficio} = \frac{\text{Ingresos Actualizados}}{\text{Egresos Actualizados}}$$

$$\text{Costo Beneficio} = \frac{224179.82}{86917.02}$$

$$\text{Costo Beneficio} = 2.58$$

A través de este índice se establece que por cada dólar invertido en el proyecto esté generará \$1.58 centavos de utilidad.

#### **Tasa de rendimiento beneficio costo**

$$\text{TRBC} = \frac{\text{Ingresos Actualizados}}{\text{Inversión Total}}$$

$$\text{TRBC} = \frac{224179.82}{146169.27}$$

$$\text{TRBC} = 1.53$$

#### **5.10.6 Período de recuperación**

Es una herramienta que permite medir el tiempo en el que se recuperará la inversión realizada para implementar el proyecto.

Tabla N° 131 Período de recuperación valor corriente

Períodos	Flujo Neto de Efectivo	$\Sigma$ flujos de caja	Período de recuperación
<b>0</b>	-146169,27		7 años 2 meses
<b>1</b>	13899,78	13899,78	
<b>2</b>	10863,32	24763,11	
<b>3</b>	11797,75	36560,86	
<b>4</b>	10958,43	47519,29	
<b>5</b>	13718,53	61237,82	
<b>6</b>	38212,13	99449,96	
<b>7</b>	37969,96	137419,92	
<b>8</b>	41546,34	178966,26	
<b>9</b>	43313,59	222279,85	
<b>10</b>	86711,50	308991,35	

Elaborado por: El autor

El período de recuperación de la inversión con los flujos de efectivo en valor corriente es de 7 años y 2 meses, encontrándose dentro del período de vida del proyecto.

Tabla N° 132 Período de recuperación valor real

Períodos	Flujo Neto de Efectivo	Valor Ajustado 1,19%	$\Sigma$ flujos de caja	Período de recuperación
<b>0</b>	-146169,27	-146169,27		7 años 5 meses
<b>1</b>	13899,78	13736,32	13736,32	
<b>2</b>	10863,32	10609,32	24345,64	
<b>3</b>	11797,75	11386,40	35732,05	
<b>4</b>	10958,43	10451,97	46184,01	
<b>5</b>	13718,53	12930,63	59114,64	
<b>6</b>	38212,13	35593,91	94708,55	
<b>7</b>	37969,96	34952,40	129660,95	
<b>8</b>	41546,34	37794,79	167455,74	
<b>9</b>	43313,59	38939,09	206394,84	
<b>10</b>	86711,50	77037,24	283432,08	

Elaborado por: El autor

En cuanto el período de recuperación a valor real aumenta en tres meses, es decir en 7 años y 5 meses.



### 5.10.7 Punto de equilibrio

Es aquel punto en el cual los ingresos o ventas son iguales a los costos, por lo cual determinaría el punto de actividades del proyecto en el cual no existe utilidad ni pérdida.

- **Punto de equilibrio en valores monetarios**

Tabla N° 133 Punto de equilibrio en valores monetarios

Detalle	Monto en dólares
Costos Fijos	37169.58
Ventas	135192,00
Costo variable	71436,06

Elaborado por. El autor

$$PE \$ = \frac{\text{Costos Fijos}}{(1 - \text{Costos Variables} / \text{Ventas})}$$

$$PE \$ = \frac{37169.58}{(1 - (71436,06 / 135192,00))}$$

$$PE \$ = 78816,65$$

El hostel deberá conseguir un valor en ventas de 78816.65 dólares, para que el proyecto opere sin pérdidas ni ganancias, si las ventas del hostel se encontrarán por debajo de este monto el proyecto obtendría pérdida.

- **Punto de equilibrio en Unidades**

Tabla N° 134 Punto de equilibrio servicio de alojamiento

Detalle	Monto en dólares
<b>Inversión Fija</b>	108769.00
<b>Costos Fijos</b>	37169.58
<b>Precio Venta unitario</b>	25.00
<b>Costo variable</b>	6.41

Elaborado por: El autor

$$\begin{aligned}
 & \text{Costos Fijos} + \text{Inversión fija} \\
 \text{PEu} &= \frac{145938.58}{18.59} \\
 \text{PEu} &= 7849
 \end{aligned}$$

Tabla N° 135 Punto de equilibrio servicio de alojamiento

Detalle	Monto en dólares
<b>Inversión Fija</b>	108769.00
<b>Costos Fijos</b>	37169.58
<b>Precio Venta unitario</b>	5.60
<b>Costo variable</b>	3.49

Elaborado por: El autor

$$\begin{aligned}
 & \text{Costos Fijos} + \text{Inversión fija} \\
 \text{PEu} &= \frac{145938.58}{2.12}
 \end{aligned}$$

$$PEu = 77532$$

Para la sección de hospedaje se deberá cubrir 7849 plazas y para el área de restaurante 68953 platos, para cubrir el total de los costos e inversión fija, obteniendo un punto equilibrio total de 76802, el proyecto empezará a generar utilidades en el momento que la cantidad de ventas superen dicho monto.

### 5.11 Cuadro Resumen

Tabla N° 136 Cuadro resumen

Indicador	Criterio de evaluación	Valor
<b>TRM</b>		9.30%
<b>VAN</b>	$VAN > 0$	19448.51
<b>TIR</b>	$TIR > TRM$	11.40%
<b>PRI</b>		7 años y 2 meses
<b>B/C</b>	$B/C > 1$	2.58

Elaborado por: El autor

El proyecto obtiene un VAN positivo de 19448.51 y una TIR de 11.40%, lo que refleja que el proyecto es rentable, debido a que estos valores son mayores a la tasa de rendimiento medio que es del 9.30%, por lo que es muy conveniente invertir en la implementación del proyecto ya que también el período de recuperación se encuentra dentro del tiempo de vida útil del proyecto.

### 5.12 Sensibilidad del proyecto

En cuanto a la sensibilidad del proyecto se establece una reducción del 5% en las ventas con la finalidad de analizar si el proyecto soportará esta reducción. Como se puede observar en la siguiente tabla el proyecto adquiere las características de no factibilidad, ya que la tasa interna de retorno es menor a la tasa de rendimiento medio y el VAN es negativo.

Tabla N° 137 Sensibilidad del proyecto

Indicador	Criterio de evaluación	Valor
<b>TRM</b>		9.30%
<b>VAN</b>	$VAN > 0$	-15781.60
<b>TIR</b>	$TIR > TRM$	7.56%

Elaborado por: El autor

### 5.13 Respuesta a los riesgos.

Tabla N° 138 Deforestación y quema del bosque protector de la cascada de Peguche.

<b>Riesgo N° 1</b>	<b>Deforestación y quema del bosque protector de la cascada de Peguche.</b>
<b>Responsable</b>	Gerente General

#### Objetivo.

Elaborar una campaña orientada a prevenir los incendios forestales, tomando como base la importancia del cuidado del medio ambiente.

Informar y capacitar a la población ubicada en el área de influencia del proyecto sobre los riesgos que pueden originarse producto de la deforestación del bosque protector cascada de Peguche.

#### Estrategias

##### Incendios

Conformar grupos de prevención y protección con los moradores de la comunidad, en zonas de alto riesgo.

Realizar cursos de capacitación acerca de medidas preventivas y respuesta correcta por parte de los pobladores ante un incendio, además del uso adecuado del fuego en las actividades productivas de los pobladores del sector, con la participación de los bomberos de la ciudad de Otavalo.

##### Deforestación

Fomentar la participación de los moradores del sector en la denuncia de quien tale o dañe el bosque de forma intencional a través de programas de reuniones en las que se impartirán charlas acerca del tema con los habitantes del sector.

Mantener una estrecha coordinación de operatividad inmediata con los dirigentes de la

comunidad, para una participación oportuna ante cualquier eventualidad.

**Costo.**

Con la finalidad de participar de forma oportuna se adquirirán equipos y materiales para atender la emergencia, por un valor de \$220.00, y además se cancelará una cantidad de \$75.00 a la persona que realice las charlas y capacitaciones.

Elaborado por: el Autor

Tabla N° 139 En la comunidad no existe suficiente formación académica

<b>Riesgo N° 2 :</b>	<b>En la comunidad no existe suficiente formación académica.</b>
<b>Responsable</b>	Guía Turístico

**Objetivos.**

Realizar capacitaciones en temas de atención al cliente con los moradores seleccionados y personal que laborará en el hostal.

Promover la importancia del conocimiento del idioma inglés.

**Estrategias.**

Brindar en la casa comunal del sector charlas acerca de la importancia de ofrecer un servicio de calidad a los turistas tanto nacionales como extranjeros.

Realización de cursos de inglés básico en la casa comunal para que los pobladores se encuentren en la capacidad de atender a los turistas extranjeros.

Elaborar convenios estratégicos con el cabildo y la fundación alemana que se encuentra localizada dentro del sector, para elaborar un programa de alfabetización en la comunidad Faccha Llacta.

**Costo**

Se adquirirá materiales didácticos para las clases y además se desembolsara dinero para la persona que imparta las clases de inglés, por lo cual se estima un monto de \$447.00 para la contingencia de dicho riesgo.

Elaborado por: El autor

Tabla N° 140 Incremento de la competencia en el sector

<b>Riesgo N° 3 :</b>	<b>Incremento de la competencia en el sector</b>
<b>Responsable:</b>	Gerente General
<b>Objetivo.</b> Posicionarse dentro del mercado turístico del cantón Otavalo.	
<b>Estrategias</b> Buscar nuevos canales de distribución con la finalidad de aumentar el impacto para llegar a los consumidores. Aumentar la calidad de los distintos servicios que el hostel ofrece a sus clientes. Innovar constantemente con la finalidad de captar constantemente el interés de los consumidores	
<b>Costo</b> Se ha asignado un valor de 605.00 dólares para la realización y ejecución de planes estratégicos que permitan al hostel sobreponerse ante la competencia.	

Elaborado por: El autor

### **Análisis del capítulo**

La evaluación financiera del proyecto presenta condiciones favorables con respecto a la implementación y puesta en marcha de la misma, debido a que los diferentes análisis financieros aplicados reflejan las probables utilidades que generará el proyecto, además el tiempo de

recuperación de la inversión es aceptable y el costo beneficio indica que el proyecto generará 1.58 dólares por cada dólar invertido lo que representa un aspecto positivo del proyecto.

## **CAPÍTULO VI**

### **6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.**

En el presente capítulo se definirá la estructura organizacional del hostel y se realizará un estudio sobre los aspectos relativos a la normativa legal del mismo, también se establecerá la misión, visión, estrategias, perfil del talento humano requerido, estructura organizacional y funcional del proyecto. Otro aspecto fundamental dentro del capítulo es la elaboración de la normativa interna en el cual constaran las políticas que regirán las actividades laborales de los trabajadores de hostel, generando así un adecuado funcionamiento de la entidad.

#### **6.1 Aspecto Estratégico**

##### **6.1.1 Objetivo General.**

Determinar la estructura organizacional y funcional del proyecto, mediante el establecimiento del marco legal y aspectos referentes a su constitución, a fin de garantizar el buen funcionamiento del hostel.

##### **6.1.2 Nombre o Razón Social**

El hostel pertenecerá al sector privado y será constituido de forma unipersonal, debido a que el capital del proyecto será financiado por el autor del mismo, el cual es una persona particular, por lo cual el hostel se constituirá bajo la forma de persona natural. Para el presente proyecto se ha establecido el nombre de Hostal Sacha, el cual significa bosque en el idioma kichaw Otavalo debido a que el proyecto se encuentra ubicado en el bosque protector Cascada de Peguche



### 6.1.3 Logo Tipo

Gráfico N° 49 Logo tipo



Elaborado por: El autor

### 6.1.4 Eslogan Empresarial

El eslogan es una frase publicitaria que busca transmitir la personalidad de la marca y la idea principal que diferencia los servicios que ofrece el hostel, para lo cual se estableció un lema que exprese y fortalezca la imagen del establecimiento:

*“El paraje perfecto”*

### **6.1.5 Filosofía Empresarial.**

- **Misión**

Brindar servicios de alojamiento, alimentación y diversión en cómodas y hermosas instalaciones rodeadas de un entorno natural único, garantizando la satisfacción de nuestros clientes a través de un servicio de calidad y calidez.

- **Visión**

Para el año 2023 ser un hostel turístico líder y reconocido a nivel nacional e internacional, preferido por sus servicios de calidad y belleza paisajística, y en donde cada miembro de la organización hace la diferencia cada día.

- **Valores y Principios**

- **Valores**

Liderazgo.- cada miembro del hostel deberá ser líder participativo, apoyando al mejoramiento colectivo, ya que cada puesto de trabajo es muy importante en la cadena de prestación del servicio al cliente.

Honestidad.- Todas las actividades y procesos que se desarrollen dentro de la entidad ya sea en el ámbito económico, legal o atención al cliente se los realiza de forma transparente y sincera.

Responsabilidad.- todas las actividades laborales que el personal desarrolle los realizarán conforme a todas las normas establecidas por la entidad de forma adecuada con la finalidad de obtener los mejores resultados.

Respeto.- dentro de la entidad es muy importante fomentar el respeto hacia los turistas y entre el personal de trabajo con la finalidad de evitar conflictos que afecten el desempeño laboral de los trabajadores.

Puntualidad.- todos los miembros de la entidad cumplirán a tiempo con sus obligaciones laborales, de tal manera que en cada actividad se la realice de forma eficaz y eficiente.

- **Principios**

Mejora continúa de los servicios.- constante mejora de los procesos y del personal con la finalidad de responder las necesidades de los clientes y satisfacer las exigencias de los mismos.

Buen clima laboral.- fomentar un ambiente trabajo adecuado en el cual todos los trabajadores realicen sus actividades laborales a gusto y además se sientan parte del hostel mejorando así el desempeño de cada miembro de la entidad.

Trabajo en equipo.- promover el compañerismo dentro de la entidad a fin de mejorar el desempeño laboral colectivo y por ende optimizar la prestación de los servicios que el hostel ofrece a sus clientes.

Seguridad y salud en el trabajo.- prevenir accidentes y enfermedades que se encuentren relacionados con el aspecto laboral con la finalidad de proteger a cada trabajador del hostel.

Apoyo a los turistas.- brindar información adecuada, veraz y oportuna a los clientes que lo requieran o lo necesiten.

- **Políticas**

### **Clientes**

Para la realización de reservaciones el cliente deberá efectuar un abono a través de un depósito del 50% para certificar su llegada.

Los clientes podrán cancelar todos sus gastos con tarjetas de crédito o dinero en efectivo.

Deberán cuidar y conservar las instalaciones del hostel, en el caso de daño a las instalaciones o algún mueble o enseres se realizará un cargo extra en el momento de pago por sus consumos.

El cliente podrá permanecer y hacer uso de la habitación hasta las 12:00 pm del siguiente día en el que ha contratado el servicio.

### **Personal**

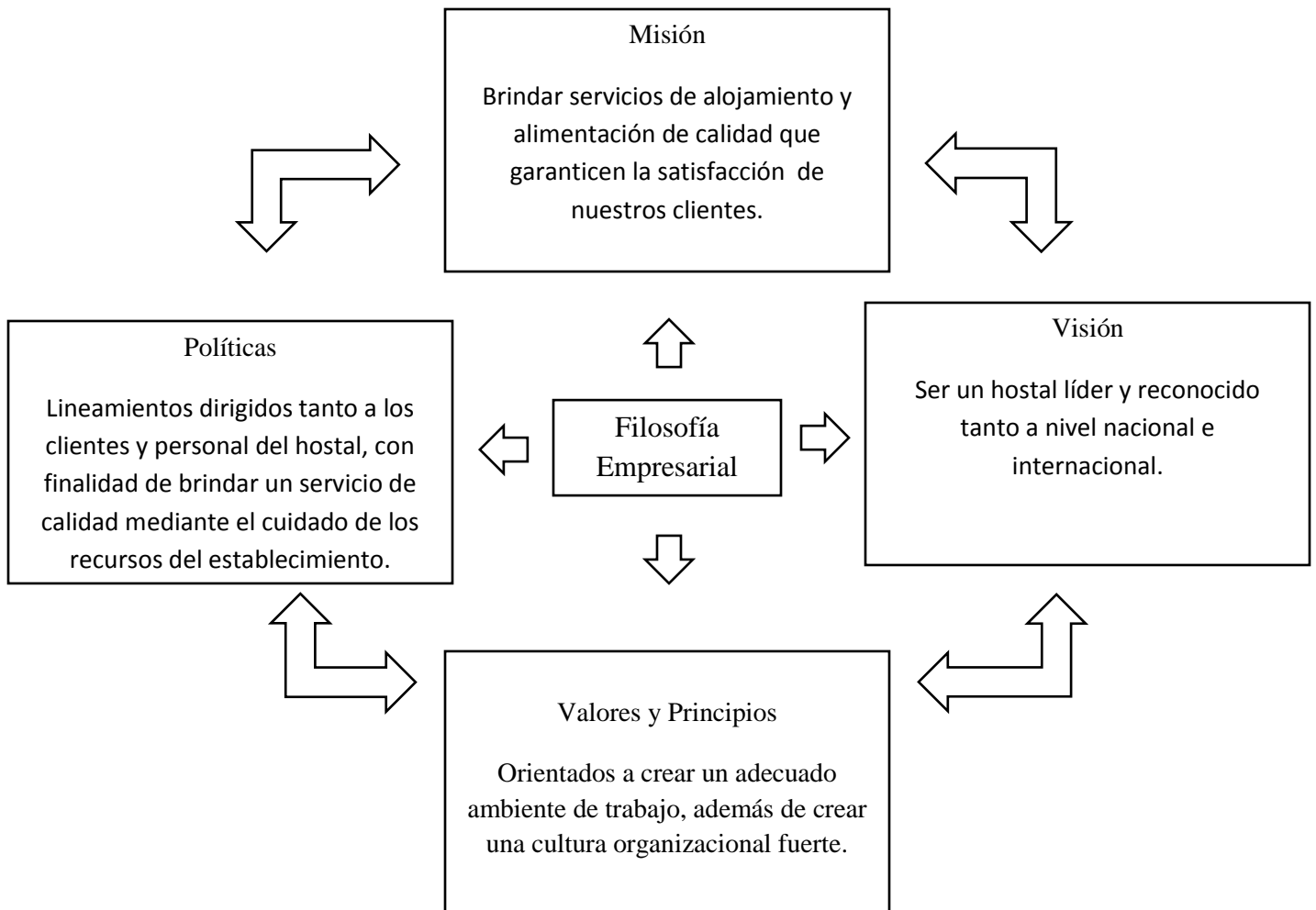
Todos los miembros de la entidad tienen la responsabilidad de atender a los clientes, para lo cual cada uno deberá conocer los procedimientos para la prestación de los servicios.

La empresa cumplirá con todos los beneficios de ley que les corresponden a los trabajadores.

Los trabajadores del hostel deberán cuidar sus herramientas de trabajo, su imagen personal y las instalaciones de la entidad con la finalidad de brindar un servicio de primera.

Los trabajadores del hostel serán sancionados en primera instancia con una llamada de atención de manera verbal si incurrieran en un atraso o falta injustificada, en segunda instancia se realizara una sanción de forma escrita y si se reitera por tercera vez alguna de esas situaciones se realizara una sanción económica del 5% de su sueldo.

Gráfico N° 50 Filosofía empresarial

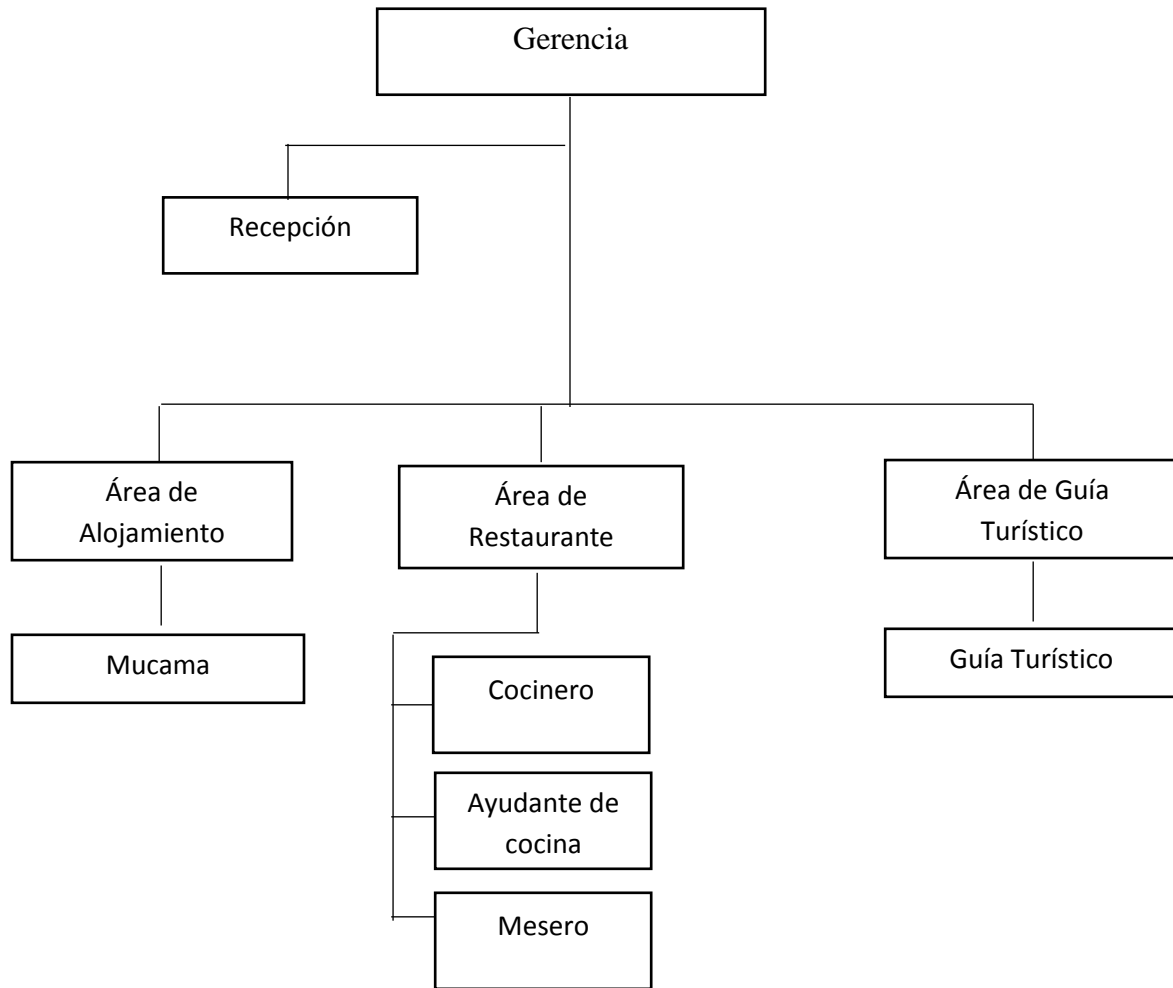


Elaborado por: El autor

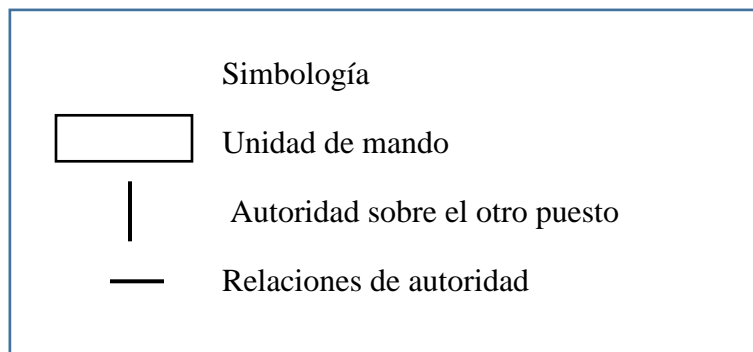
## 6.2 Estructura Organizacional

Con la finalidad de definir de forma clara los niveles jerárquicos de la entidad, se utilizará un organigrama estructural, en el cual se establecerá cada una de las áreas que conforman el hostel y la relación de subordinación que existe entre cada uno de estos.

Gráfico N° 51 Estructura organizacional



Elaborado por: El autor



### 6.3 Manual de funciones

Tabla N° 141 Manual de funciones gerente


	
Unidad Administrativa	Gerencia
Cargo	Gerente
Nivel Jerárquico	Administrativo
Nivel de puesto	
Reportar A	N/A
Supervisar A	Empleados y Trabajadores
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Representar jurídica y extrajudicialmente a la entidad.</li> <li>• Desarrollar un plan estratégico y velar por el cumplimiento del mismo.</li> <li>• Contratar, sancionar y remover al personal del hostel.</li> <li>• Planificar, controlar y dirigir todas las actividades operativas que se lleven a cabo en la entidad.</li> <li>• Realizar el pago de remuneraciones al personal, servicios básicos entre otros gastos.</li> <li>• Formular políticas, normas y procedimientos que permitan custodiar tanto los activos tangibles como intangibles del hostel.</li> <li>•</li> </ul>	
Perfil	
Educación	Título universitario: Administración de empresas o a fines
Aptitudes Básicas	Liderazgo, ética profesional, iniciativa, facilidad de relacionarse con los demás, honestidad y honradez
Complejidad	Alta

Tabla N° 142 Manual de funciones recepcionista


	
Unidad Administrativa	Recepción
Cargo	Recepcionista
Nivel Jerárquico	Administrativo
Nivel de puesto	
Reportar A	Gerente
Supervisar A	Mucamas, Meseros y Guía turístico
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Formalizar el ingreso y salida de los clientes.</li> <li>• Asignación de las habitaciones a los huéspedes del hostal.</li> <li>• Brindar información a los turistas.</li> <li>• Gestionar las reservas realizadas por los clientes con la finalidad de evitar problemas con los turistas.</li> <li>• Coordinar con las demás áreas la prestación de servicios que requiera el turista.</li> <li>• Registrar el cobro de los servicios consumidos por los clientes.</li> </ul>	
Perfil	
Educación	Título universitario: Ingeniería en Turismo o afines.
Aptitudes Básicas	Ética profesional, Facilidad de palabra, amabilidad, honestidad, paciencia, liderazgo
Complejidad	Media
Experiencia	1 año



Tabla N° 143 Manual de funciones mucama


	
Unidad Administrativa	Área de Alojamiento
Cargo	Mucamas
Nivel Jerárquico	Operativo
Nivel de puesto	
Reportar A	Gerente
Supervisar A	N/A
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mantener las habitaciones y pasillos limpios y realizar servicios de lavandería.</li> <li>• Dirigir a los clientes a la habitación asignada por el recepcionista.</li> <li>• Verificar y mantener que las habitaciones se encuentren en condiciones óptimas para la prestación del servicio de alojamiento.</li> <li>• Acercar el equipaje del cliente a su habitación.</li> <li>• Revisar que los muebles y menaje de la habitación se encuentre en perfecto estado una vez que el cliente desaloje la habitación.</li> </ul>	
Perfil	
Educación	Bachiller
Aptitudes Básicas	Honradez, ética profesional, comprensión, discreción empatía, iniciativa para resolver problemas, ser buen escucha, vocación de servicio.
Complejidad	Media
Experiencia	1 año

Tabla N° 144 Manual de funciones jefe de cocina


	
Unidad Administrativa	Área de Restaurante
Cargo	Jefe de Cocina
Nivel Jerárquico	Operativo
Nivel de puesto	
Reportar A	Gerente
Supervisar A	Ayudante de cocina
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Preparar los alimentos en base a la receta estándar establecido en el hostal.</li> <li>• Supervisar el trabajo del ayudante de cocina.</li> <li>• Realizar los pedidos de materia prima.</li> <li>• Informar si es necesario realizar la reposición de vajilla.</li> </ul>	
Perfil	
Educación	Título universitario: Profesional Gastronómico o afines
Aptitudes Básicas	Honradez, ética profesional, discreción, iniciativa para resolver problemas, liderazgo, vocación de servicio.
Complejidad	Media
Experiencia	2 años

Tabla N° 145 Manual de funciones ayudante de cocina



	
Unidad Administrativa	Área de Restaurante
Cargo	Ayudante de Cocina
Nivel Jerárquico	Operativo
Nivel de puesto	
Reportar A	Jefe de Cocina
Supervisar A	N/A
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mantener limpio y organizado el área de trabajo.</li> <li>• Limpiar cortar y pelar las verduras.</li> <li>• Limpiar la vajilla y colocarlos en los lugares adecuados.</li> <li>• Ayudar al jefe de cocina en la preparación de los alimentos.</li> <li>• Salvaguardar los utensilios, el equipo y menaje de cocina.</li> </ul>	
Perfil	
Educación	Bachiller
Aptitudes Básicas	Honradez, ética profesional, discreción, iniciativa para resolver problemas, liderazgo, vocación de servicio.
Complejidad	Bajo
Experiencia	1 año

Tabla N° 146 Manual de funciones mesero

	
Unidad Administrativa	Área de Restaurante
Cargo	Meseros
Nivel Jerárquico	Operativo
Nivel de puesto	
Reportar A	Jefe de Cocina
Supervisar A	N/A
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Efectuar la decoración y montaje de las mesas.</li> <li>• Recoger la vajilla de las mesas y mantener limpio el área del comedor.</li> <li>• Acercar a los clientes a la mesa y tomar el pedido de los mismos.</li> <li>• Realizar sugerencias al cliente si fuera necesario.</li> <li>• Servir los alimentos una vez que estos se encuentren listos para el cliente.</li> <li>• Proporcionar al cliente su factura por el consumo realizado.</li> </ul>	
Perfil	
Educación	Bachiller
Aptitudes Básicas	Honradez, ética profesional, discreción, iniciativa para resolver problemas, liderazgo, vocación de servicio.
Complejidad	Media
Experiencia	1 año

Tabla N° 147 Manual de funciones guía turístico

	
Unidad Administrativa	Guía Turístico
Cargo	Guía Turístico
Nivel Jerárquico	Operativo
Nivel de puesto	
Reportar A	Gerente
Supervisar A	N/A
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Coordinar con los turistas la hora de salida del hostel y los lugares a visitar.</li> <li>• Guiar y brindar información a los turistas sobre los lugares y las costumbres de los lugares a los cuales viajarán.</li> <li>• Asegurarse que ningún turista se extravié durante las actividades.</li> </ul>	
Perfil	
Educación	Título universitario: Ingeniería en Turismo o afines.
Aptitudes Básicas	Honradez, ética profesional, discreción, iniciativa para resolver problemas, liderazgo, vocación de servicio.
Complejidad	Media
Experiencia	2 año

## **6.4 Base legal**

El hostel se constituirá bajo la forma de persona natural, por lo cual el Gerente-Propietario asume a título personal todas las obligaciones y derechos del hostel.

Para el inicio del funcionamiento del establecimiento, el proyecto deberá contar con una serie de permisos de funcionamiento o cumplir con los siguientes requisitos:

-RUC.

-Permiso de uso de suelo.

-Registro únicos de turismo.

-Licencia única de funcionamiento.

-Patente Municipal.

-Permiso de los bomberos.

### **6.4.1 Requisitos para la obtención del RUC.**

Es el único documento que acredita a las personas físicas o jurídicas a realizar actividades comerciales en forma legal, por lo cual es un documento muy importante que se debe obtener, continuación se detalla los requisitos para la obtención del RUC:

-Presentar la cedula de ciudadanía y certificado de votación original.

-Original y copia de la planilla de servicios básicos (agua, luz o teléfono) de uno de los últimos 3 meses.

#### **6.4.2 Requisitos para la obtención del permiso de uso de suelo.**

- Solicitud dirigida al director de planificación con 1 timbre.
- Copia del pago del impuesto predial del año en curso.
- Certificado de no adeudar al municipio actualizado, del solicitante.
- Copia de la cedula y certificado de votación del solicitante.
- Croquis de la distribución del mobiliario y maquinaria dentro del local.

Tiempo estimado de demora para la obtención del permiso 10 días.

#### **6.4.3 Registro único de Turismo.**

Antes del inicio de la prestación de servicios turísticos, la persona natural o jurídica deberá realizar su inscripción en el Ministerio de Turismo localizado en la ciudad de Ibarra.

Requisitos para el registro del establecimiento:

- Original del RUC
- Presentar la cedula de identidad y certificado de votación original.
- Certificado del instituto ecuatoriano de propiedad intelectual.
- Fotocopia de escrituras de propiedad.
- Lista de precios de los servicios ofertados.
- Declaración de activos para la cancelación del uno por mil.

#### **6.4.4 Requisitos para la obtención de licencia única anual funcionamiento (LUAF)**

Es la licencia otorgada por la dirección de Turismo de Ibarra a los establecimientos inscritos en el Ministerio de Turismo, con el fin de que desarrollen sus actividades de forma normal.

- Solicitud dirigida al director de turismo y desarrollo económico local con 1 timbre.
- Copia de cédula y certificado de votación actualizado del propietario.
- Certificado de no adeudar al municipio.
- Patente municipal del año en curso.
- Copia del RUC actualizado.
- Lista de precios del establecimiento actualizado y analizada por el ministerio de turismo.
- Título de crédito del pago de la licencia.
- Certificado de registro del establecimiento otorgado por el ministerio de turismo (Ibarra).

Tiempo estimado de demora para la obtención de la licencia 2 días.

#### **6.4.5 Requisitos para la obtención de la patente municipal por primera vez.**

Es una contribución impuesta que deben cancelar cada año todas las personas naturales o jurídicas con establecimiento que ejerzan de forma permanente cualquier tipo de actividad comercial dentro de la jurisdicción municipal.

- Formulario de solicitud y declaración de patente (especie valorada)
- Certificado de no adeudar al municipio
- Copia del RUC actualizado



-Informe de uso de suelo y factibilidad emitido por control urbano y calidad ambiental.

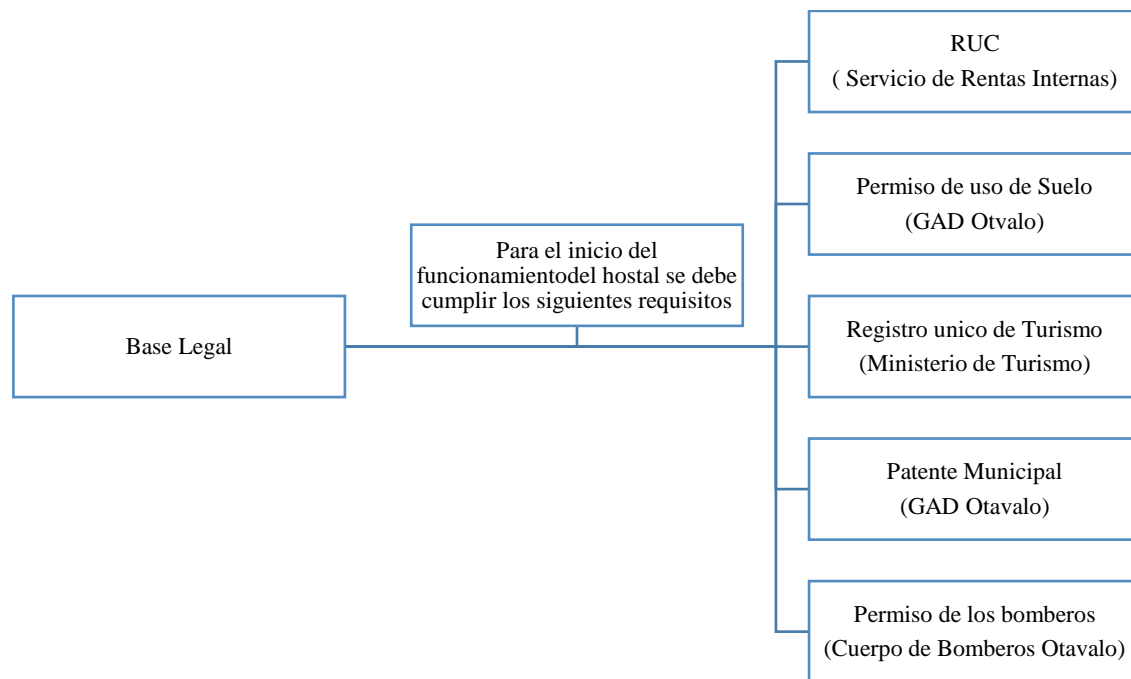
-Copia del permiso del cuerpo de bomberos de Otavalo.

-Copias de cédula y certificado de votación del último proceso electoral.

-Copia de la carta de pago del impuesto predial del año en curso.

Tiempo estimado de demora para la obtención de la patente 2 días.

Gráfico N° 52 Base legal



Elaborado por: El autor

### **Análisis del capítulo.**

En el presente capítulo se estableció que el hostel se constituirá bajo la forma de persona natural, lo cual permitió determinar los requisitos y permisos legales para la constitución y puesta en marcha del mismo. Además se definieron los valores y principios sobre los que se regirán los

miembros del hostel, las funciones que cada uno deberá cumplir dentro de las distintas áreas de trabajo y además se definió la estructura organizacional del presente proyecto.

## CAPÍTULO VII

### 7. IMPACTOS

Es muy importante analizar y evaluar las posibles consecuencias positivas o negativas que se pueden generar a partir de la implementación del proyecto, los impactos que se evaluarán en el presente capítulo corresponderán al ámbito económico, social, ambiental y cultural.

Para la determinación de los efectos cuantitativos y cualitativos de los impactos se aplicó la siguiente escala de valoración:

Tabla N° 148 Impactos

Impacto	Valoración cuantitativa	Valoración cualitativa
NEGATIVO	-3	Alto Negativo
	-2	Medio Negativo
	-1	Bajo Negativo
NO HAY IMPACTO	0	NO HAY IMPACTO
POSITIVO	1	Bajo Positivo
	2	Medio Positivo
	3	Alto Positivo

Elaborado por: El autor

Una vez realizada la valoración a cada uno de los impactos se procederá a efectuar el análisis de cada uno, mediante la utilización de la siguiente formula:

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\sum \text{Total de factores de ponderación}}{\text{Número de Indicadores}}$$

### 7.1 Impacto económico.

La implementación del proyecto generará beneficios no solamente al propietario del hostel sino que también a las empresas comercializadoras de materiales de construcción, proveedores y a los mismos habitantes del sector, generando así un aumento de beneficios económicos para toda la colectividad.

Tabla 149 Matriz de impacto económico

Indicador	Nivel de Impactos							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Nivel de ingresos						x		2
Desarrollo del sector							x	3
Dinamismo de la economía							x	3
Administración de recursos económicos						x		2
Total						4	6	10

Elaborado por: El autor

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\sum \text{Total de factores de ponderación}}{\text{Número de Indicadores}}$$

$$\text{NI} = 10/4$$

$$\text{NI} = 2.5$$

NI Económico= Alto positivo

### Análisis.

A través de la generación de beneficios económicos tanto para el propietario como para la colectividad se busca que las personas puedan cubrir sus necesidades y por ende mejorar su calidad de vida.

Con la ejecución de este proyecto se pretende generar nuevas actividades económicas en el lugar en el que se ubicara el hostel dando paso al desarrollo del sector.

Se espera lograr mediante la ejecución de este proyecto aumentar la circulación de dinero dentro de la economía local de tal manera que permita aumentar la demanda de bienes y servicios generando así un efecto positivo.

## 7.2 Impacto Social.

El proyecto no solamente busca generar beneficios económicos sino también busca mejorar la calidad de vida de la colectividad en general, a través de varios factores que permitan dicho cambio.

Tabla N° 150 Matriz de impacto social

Indicador	Nivel de Impactos							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Bienestar comunitario							x	3
Generación de fuentes de empleo						x		2
Apoyo al turismo							x	3
Mejoramiento de la calidad de vida						x		2
<b>Total</b>						4	6	10

Elaborado por: El autor

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\sum \text{Total de factores de ponderación}}{\text{Número de Indicadores}}$$

$$\text{NI} = 10/4$$

$$\text{NI} = 2.5$$

NI Económico= Alto positivo

## **Análisis.**

Este tipo de proyecto busca mejorar las condiciones económicas, ambientales y sociales tanto para el propietario como para la colectividad en general, y además tratará de fortalecer la organización comunitaria con la finalidad de apoyar el desarrollo del sector.

La implementación del hostel permitirá crear nuevas fuentes de empleo para las personas que posean experiencia en atención de servicios de hospedaje, restaurante, y guía turístico, además generara un impacto positivo en agentes indirectos como proveedores por lo cual contribuirá a la reducción del índice de desempleo del cantón.

La implementación del hostel aumentará la afluencia de turistas no solamente del sector sino también a nivel cantonal, apoyando así al crecimiento y desarrollo del sector turístico.

Con la puesta en marcha del proyecto mejorará la calidad de vida tanto para los involucrados directos e indirectos del proyecto, debido a los beneficios económicos que generará el proyecto.

### **7.3 Impacto ambiental**

La construcción de un hostel conlleva una serie de impactos negativos en el ámbito ambiental tales como contaminación del medio ambiente por los escombros o desechos que se generan en la construcción, también la contaminación auditiva es otro factor que se debe tomar en cuenta, pero sin embargo es muy importante tener en cuenta el desperdicio de agua que se puede generar en la etapa de construcción como en el desarrollo de las actividades normales del proyecto por lo que es importante establecer políticas, prácticas y sistemas que permitan reducir el consumo del agua.

Tabla N° 151 Matriz de impacto ambiental

Indicador	Nivel de Impactos							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Desechos generados en la cocina			X					-1
Clasificación de la basura			X					-1
Consumo de agua			X					-1
Conservación de la Naturaleza						X		-1
<b>Total</b>			-4			2		-4

Elaborado por: El autor

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\sum \text{Total de factores de ponderación}}{\text{Número de Indicadores}}$$

$$\text{NI} = 4/4$$

$$\text{NI} = -0.50$$

NI Económico= Bajo positivo

### **Análisis.**

Los desechos orgánicos generados en la cocina se brindarán a los pobladores del sector que lo utilicen para abonos o como comida para los cerdos aprovechando así al máximo dichos desechos.

Con la finalidad de apoyar el proceso de reciclaje se clasificará los desechos orgánicos e inorgánicos del hostel.

La implementación del hostel tanto en la etapa de construcción y desarrollo de las actividades normales del establecimiento generara un mayor consumo de agua en el sector.

Se fomentará la concientización en aspectos de preservación y cuidado del medioambiente tanto a los moradores como a los turistas nacionales y extranjeros brindando información y consejos sobre la importancia del cuidado de los recursos naturales.

#### 7.4 Impacto Cultural

En el ámbito cultural se pretende con la implementación del proyecto rescatar las costumbres, fiestas tradicionales, creencias; contribuyendo de esa forma al fortalecimiento de la cultura indígena otavaleña.

Tabla N° 152 Matriz de impacto cultural

Indicador	Nivel de Impactos							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Identidad Cultural						x		2
Cultura ambiental							x	3
Proyección cultural en el sector							x	3
Integración empresa-sociedad							x	3
<b>Total</b>						2	9	11

Elaborado por: El autor

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\sum \text{Total de factores de ponderación}}{\text{Número de Indicadores}}$$

$$\text{NI} = 11/4$$

$$\text{NI} = 2.75$$

NI Económico= Alto positivo

#### Análisis.

Se pretende generar en los pobladores del sector un sentido de pertenencia cultural de tal manera que permita fortalecer y compartir las costumbres y tradiciones del pueblo indígena otavaleño.



El proyecto fomentará la preservación del medio ambiente ya que este aspecto es muy importante para el desarrollo turístico del sector, esto se realizará a través de charlas con los moradores del sector, de tal manera que se genere una nueva cultura ambiental.

El proyecto no solamente se enfocará en un desarrollo y fortalecimiento económico sino que también busca rescatar y fortalecer la cultura indígena del sector a través del desarrollo de programas culturales.

El hostel se integrará con la sociedad a través de las actividades culturales que se promocionarán dentro y fuera del establecimiento.

## 7.5 Impacto General

Tabla 153 Impacto general

Indicador	Nivel de Impactos							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Impacto Económico							x	3
Impacto Social							x	3
Impacto Ambiental			x					1
Impacto Cultural							x	3
<b>Total</b>			-1				9	8

Elaborado por: El autor

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\sum \text{Total de factores de ponderación}}{\text{Número de Indicadores}}$$

$$\text{NI} = 8/4$$

$$\text{NI} = 2$$

$$\text{NI General} = \text{Alto positivo}$$

**Análisis.**

De acuerdo a los datos obtenidos en el impacto general se puede determinar que la implementación del hostel en la comunidad Faccha Llacta generará un efecto medio positivo, debido a que brindará múltiples beneficios en los diferentes aspectos analizados tanto para el propietario como para los habitantes del sector y otros agentes que se encuentran involucrados de manera indirecta al proyecto.

## **Conclusiones.**

Mediante el diagnóstico situacional se identificó una oportunidad de mercado, debido a que la comunidad de Faccha Llacta lugar donde se pretende implementar el proyecto cumple con los requerimientos necesarios para la implementación del hostel, además de ser un sector que cuenta con un gran potencial turístico el cual puede ser aprovechado para dinamizar la economía.

Las bases teóricas científicas recopilados proporcionan información que permite sustentar de manera científica cada una de las etapas del proyecto.

En el estudio de mercado se identificó y demostró la existencia de una demanda potencial por satisfacer en el cantón Otavalo, el cual puede ser captado por el nuevo hostel que se pretende implementar, además se realizó un análisis relacionado a la oferta, precios e identificación del servicio a prestar, con la finalidad de establecer estrategias que permitan captar y satisfacer las necesidades de los posibles clientes.

En el estudio técnico se estableció la distribución de todas las áreas del hostel en cuanto a infraestructura se refiere, además se determinó que el proyecto trabajará con el 40% de su capacidad instalada, lo que permitirá captar el 38% de la demanda insatisfecha.

En este capítulo se utilizaron varios indicadores económicos tales como el TIR y el VAN los cuales demuestran la rentabilidad de la inversión, ambos evaluadores son superiores a la tasa de rendimiento medio, además el costo-beneficio y período de recuperación, son aceptables lo que permite determinar la factibilidad del proyecto.

En el capítulo seis se presenta una propuesta de organización estructural y se define las funciones y perfiles de cada puesto de trabajo.

El nivel de impactos del presente proyecto es positivo generando a la sociedad y propietario beneficios tanto en el aspecto económico, social entre otros.

### **Recomendaciones.**

Aprovechar de manera eficiente las oportunidades y los aliados que se identificaron en el diagnóstico situacional, además hacer un uso adecuado de los factores con los que cuenta el sector para el fortalecimiento del turismo.

Se recomienda realizar un análisis de todos los términos que han sido conceptualizados mediante citas bibliográficas.

Para poder captar la demanda insatisfecha identificada será muy importante implementar las estrategias planteadas en el estudio de mercado en cuanto a precio, promoción, plaza y publicidad se refiere.

Se recomienda que la maquinaria, materia prima y personal cumplan con los requerimientos establecidos en el estudio técnico con la finalidad de brindar los servicios a ofertar de forma eficiente.

Se aconseja aprovechar la oportunidad de implementar el nuevo hostel en la comunidad Faccha Llacta, ya que este proyecto a través de los indicadores financieros refleja un adecuado nivel de rentabilidad.

Adoptar la propuesta estratégica presentada para la organización de manera que sea competitiva, sostenible y además que permita el fortalecimiento institucional a largo plazo.

Se recomienda realizar controles preventivos y correctivos sobre aspectos que puedan perjudicar de forma negativa el medio ambiente, además se debe concientizar tanto a turistas, empleados y moradores del sector a preservar y mantener limpio el sector.

## **Bibliografía**

- Amat, O., & Soldevila, P. (2010). Contabilidad y gestión de costes. PROFIT.
- Andrade, N., & Guajardo, G. (2014). Contabilidad Financiera. McGrawHill.
- Araujo, D. (2012). Proyectos de inversión: Análisis, formulación y evaluación práctica. Editorial Trillas.
- Arboleda, G. (2013). Proyectos: Identificación, formulación evaluación y gerencia. Alfaomega.
- Bravo, M. (2013). Contabilidad general. Quito: Escobar Impresores.
- Bravo, M. (2013). Contabilidad general. Quito: Escobar Impresores.
- Cabarcos, N. (2011). Administración de servicios turísticos: producción y venta. Ediciones de la U.
- Chiavenato, A. (2011). Planeación estratégica Fundamentos y aplicaciones. McGrawHill.
- Chiavenato, I. (2014). Introducción a la teoría general de la administración . McGrawHill.
- Córdoba, M. (2011). Formulación y evaluación de proyectos. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Fierro, A. (2015). Contabilidad General con enfoque NIIF para pymes. Ecoe ediciones.
- GAD, O. (2015). SNI. Obtenido de [http://app.sni.gob.ec/visorseguimiento/DescargaGAD/data/documentoFinal/1060000500001\\_DOCUMENTO%20FINAL%20PDOT%20OTAVALO\\_15-03-2015\\_19-55-15.pdf](http://app.sni.gob.ec/visorseguimiento/DescargaGAD/data/documentoFinal/1060000500001_DOCUMENTO%20FINAL%20PDOT%20OTAVALO_15-03-2015_19-55-15.pdf)
- Gonzáles, J., Silva, H., & Ortiz, M. (2014). Marketing: Conceptos y aplicaciones.
- Griffin, R. (2011). Administración. Cengage Learning.
- INEC. (2010). INEC. Obtenido de [http://www.inec.gob.ec/cpv/descargables/fasciculo\\_nacional\\_final.pdf](http://www.inec.gob.ec/cpv/descargables/fasciculo_nacional_final.pdf)
- Jiménez, L., & Jiménez, W. (2013). Turismo: tendencias globales y planificación estratégica. Ecoe Ediciones.
- Levine, D., Krehbid, T., & Berenson, M. (2014). Estadística para la administración. Pearson.
- Lima, S. (2011). Marketing empresarial: Dirección como estrategia competitiva. Ediciones de la U.

- MINTUR. (Noviembre de 2013). Ministerio Produccion. Obtenido de <http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/Informe-Rend-Ctas-MINTUR.pdf>
- MINTUR. (15 de Septiembre de 2015). Ministerio de turismo. Obtenido de <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/turismo-cifras?layout=blog>
- Münch, L., Sandoval, P., & Torres, G. (2015). Nuevos fundamentos de mercadotecnia : hacia el liderazgo del mercado. Trillas.
- OMT. (10 de Octubre de 2016). Themis. Obtenido de <http://themis.unwto.org/es/event/ayudas-al-estudio-master-omt-uoc-en-estrategia-y-gestion-sostenible-de-los-destinos-turistic-0>
- Pacheco, J. (2013). Contabilidad Financiera con excel. Macro.
- Urbina, G. (2013). Evaluación de Proyectos. McGrawHill.
- Véliz, C. (2011). Estadística para la administración y los negocios. Pearson.
- Villareal, F., & Rincón, C. (2014). Costos I: componentes del costo con aproximaciones a las NIC 02 y NIIF 08. Ediciones de la U.

# ANEXOS



## UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE

### FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS

La presente encuesta tiene como objetivo obtener información que permita establecer la factibilidad para la implementación de un Hostal en la Cascada de Peguche, Ciudad de Otavalo, provincia de Imbabura.

Conteste marcando con una (X) los casilleros en blanco la respuesta de su elección.

1.- ¿Usted visita el cantón Otavalo por qué motivo?

Visita familiar	( )
Trabajo	( )
Recreación	( )
Paseo	( )
Compras	( )

2.- ¿Cuándo viaja a Otavalo generalmente lo hace acompañado por?

Solo	( )
Una persona	( )
Dos personas	( )
Tres personas	( )
Cuatro personas	( )
Cinco o más personas	( )

3.- ¿Cuántas veces al año visita Otavalo?

Mensualmente	( )
Trimestralmente	( )
Anualmente	( )
Solamente en festividades tradicionales del lugar	( )

4.- ¿Cuándo visita Otavalo lo realiza con?

Familiares	( )	
Amigos	( )	
Solo	( )	
Pareja	( )	
Otros	( )	¿Cuáles? _____

5.- ¿Cuándo visita Otavalo pernocta en algún lugar del cantón?

Sí ( )	No ( )
--------	--------

6.- ¿Cuándo visita Otavalo, que tiempo permanece en la ciudad?

- Menos de 24 horas ( )
- De Uno a dos días ( )
- De tres a cuatro días ( )
- De cinco a seis días ( )
- De siete o más ( )

7.- ¿Cuál es el lugar de preferencia que suele visitar en Otavalo?

- Plaza de Ponchos ( )
- Cascada de Peguche ( )
- Laguna de San Pablo ( )
- Laguna de Mojanda ( )

8.- ¿A través de qué medios de comunicación se informa sobre lugares turísticos?

- Televisión ( )
- Prensa ( )
- Radio ( )
- Internet ( )
- Revistas ( )

9.- ¿Usted cuando viaja por lo general en qué lugar se hospeda?

- Hostería ( )
- Hotel ( )
- Hostal ( )
- Casa de familiares o amigos ( )

10.- ¿Cuándo desea contratar un servicio de hospedaje lo realiza a través de?

- Agencias de viajes ( )
- Forma Independiente ( )
- Vía internet ( )
- Vía telefónica ( )
- Otros ( ) ¿Cuáles? \_\_\_\_\_

11.- ¿Qué servicios adicionales le gustaría que existiese en el lugar donde se aloja?

- Lavandería ( )
- Internet ( )
- Área infantil ( )
- Bar ( )

12.- ¿Le gustaría hospedarse en el sector de la Cascada de Peguche con vista al río?

- Sí ( )                      No ( )

13.- ¿Qué servicios le gustaría que ofrezca el Hostal?

Hospedaje                (   )  
Alimentación            (   )  
Guías Turísticos        (   )  
Áreas recreativas        (   )

14.- ¿Una de las razones para que usted se decida por un lugar de alojamiento es?

Precio                    (   )  
Infraestructura           (   )  
Lugar de ubicación        (   )  
Atención al cliente        (   )

15.- ¿Qué infraestructura de hostería es de su elección para pasar la noche?

Moderno        (   )  
Rustico        (   )  
De lujo        (   )  
Tradicional    (   )

16.- ¿En promedio cuánto gasta al día cuando contrata los servicios de:

Alojamiento

20-25                    (   )  
26-30                    (   )  
31-35                    (   )  
36-40                    (   )  
Más de 40 dólares      (   )

Alimentación

Menos de 4              (   )  
4-8                        (   )  
9-13                        (   )  
14-18                       (   )  
Más de 18                (   )

17.- ¿Cuánto estaría dispuesto por pagar por un servicio de guía turístico?

20-25                    (   )  
26-30                    (   )  
31-35                    (   )  
Más de 35                (   )

18.- ¿Habitualmente la forma de pago con la que cancela sus gastos de hospedaje es?

Efectivo	( )
Tarjetas de crédito	( )
Transferencias bancarias	( )
Cheque	( )

**UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS**

La presente encuesta tiene como objetivo determinar la calidad y capacidad instalada que tienen los establecimientos que ofertan servicios turísticos en el cantón Otavalo, con la finalidad de crear un Hostal en la Cascada de Peguche, Ciudad de Otavalo, provincia de Imbabura.

Conteste marcando con una (X) los casilleros en blanco la respuesta de su elección.

9. ¿Cuál es el tiempo que lleva en la actividad turística?

Menos de 2 años (    )

de 2 a 4 años        (    )

mas de 4 años        (    )

10. ¿Qué productos turísticos ofrece usted?

Alojamiento        (    )

Alimentación        (    )

Guía turístico        (    )

Transporte            (    )

11. ¿Cuál es la procedencia de los turistas que recibe en su establecimiento?

Locales                (    )

Nacionales            (    )

Regionales            (    )

Extranjeros          (    )

12. ¿Qué medio de publicidad utiliza para dar a conocer los servicios turísticos que ofrece?

Prensa escrita            (    )

Televisión                (    )

Radio ( )

Internet ( )

Hojas volantes ( )

13. ¿La demanda actual de turistas en el cantón es?

Alta ( )

Media ( )

Baja ( )

14. ¿Cuál es la capacidad instalada de su establecimiento?

5 a 10 ( )

11 a 15 ( )

16 a 20 ( )

21 o más ( )

15. ¿Posee convenios con alguna agencia de viajes?

Si ( ) No ( )

16. ¿Qué tipos de paquetes promocionales brinda a los turistas?

Descuento en pago en efectivo ( )

Desayunos incluidos con el hospedaje ( )

Descuento por grupos ( )

Descuento por temporadas ( )

### Tabla de amortización

N° Cuotas	Capital	Valor de la cuota	Interés	Amortización	Saldo
1	84500.00	1777.51	673.81	1103.69	83396.31
2	83396.31	1777.51	665.01	1112.49	82283.82
3	82283.82	1777.51	656.14	1121.36	81162.45
4	81162.45	1777.51	647.20	1130.31	80032.15
5	80032.15	1777.51	638.19	1139.32	78892.83
6	78892.83	1777.51	629.10	1148.40	77744.42
7	77744.42	1777.51	619.94	1157.56	76586.86
8	76586.86	1777.51	610.71	1166.79	75420.07
9	75420.07	1777.51	601.41	1176.10	74243.97
10	74243.97	1777.51	592.03	1185.47	73058.50
11	73058.50	1777.51	582.58	1194.93	71863.57
12	71863.57	1777.51	573.05	1204.46	70659.11
13	70659.11	1777.51	563.45	1214.06	69445.05
14	69445.05	1777.51	553.76	1223.74	68221.31
15	68221.31	1777.51	544.01	1233.50	66987.81
16	66987.81	1777.51	534.17	1243.34	65744.47
17	65744.47	1777.51	524.26	1253.25	64491.22
18	64491.22	1777.51	514.26	1263.24	63227.98
19	63227.98	1777.51	504.19	1273.32	61954.66
20	61954.66	1777.51	494.04	1283.47	60671.19
21	60671.19	1777.51	483.80	1293.71	59377.48
22	59377.48	1777.51	473.48	1304.02	58073.46
23	58073.46	1777.51	463.09	1314.42	56759.04
24	56759.04	1777.51	452.60	1324.90	55434.14
25	55434.14	1777.51	442.04	1335.47	54098.67
26	54098.67	1777.51	431.39	1346.12	52752.55
27	52752.55	1777.51	420.66	1356.85	51395.70
28	51395.70	1777.51	409.84	1367.67	50028.03
29	50028.03	1777.51	398.93	1378.58	48649.46
30	48649.46	1777.51	387.94	1389.57	47259.89
31	47259.89	1777.51	376.86	1400.65	45859.24
32	45859.24	1777.51	365.69	1411.82	44447.42
33	44447.42	1777.51	354.43	1423.08	43024.34
34	43024.34	1777.51	343.08	1434.42	41589.92
35	41589.92	1777.51	331.64	1445.86	40144.06
36	40144.06	1777.51	320.11	1457.39	38686.66
37	38686.66	1777.51	308.49	1469.01	37217.65
38	37217.65	1777.51	296.78	1480.73	35736.92
39	35736.92	1777.51	284.97	1492.54	34244.39

N° Cuotas	Capital	Valor de la cuota	Interés	Amortización	Saldo
40	34244.39	1777.51	273.07	1504.44	32739.95
41	32739.95	1777.51	261.07	1516.43	31223.52
42	31223.52	1777.51	248.98	1528.53	29694.99
43	29694.99	1777.51	236.79	1540.71	28154.28
44	28154.28	1777.51	224.51	1553.00	26601.27
45	26601.27	1777.51	212.12	1565.38	25035.89
46	25035.89	1777.51	199.64	1577.87	23458.02
47	23458.02	1777.51	187.06	1590.45	21867.57
48	21867.57	1777.51	174.38	1603.13	20264.44
49	20264.44	1777.51	161.59	1615.92	18648.53
50	18648.53	1777.51	148.71	1628.80	17019.73
51	17019.73	1777.51	135.72	1641.79	15377.94
52	15377.94	1777.51	122.63	1654.88	13723.06
53	13723.06	1777.51	109.43	1668.08	12054.98
54	12054.98	1777.51	96.13	1681.38	10373.60
55	10373.60	1777.51	82.72	1694.79	8678.82
56	8678.82	1777.51	69.21	1708.30	6970.52
57	6970.52	1777.51	55.58	1721.92	5248.59
58	5248.59	1777.51	41.85	1735.65	3512.94
59	3512.94	1777.51	28.01	1749.49	1763.44
60	1763.44	1777.51	14.06	1763.44	0.00

Elaborado por: El autor



Vista entrada a la cascada de Peguche



## Atractivos Turísticos

### Cascada de Peguche





Piscinas Incaicas



Reloj Solar



## Bosque protector Cascada de Peguche

